أثر هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على أداء الشركات

(دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان)

The Impact of Ownership Structure and the Application of Electronic Commerce on the Performance of Companies

(A Case Study of Industrial Companies Listed at the Amman Stock Exchange)

اعداد

عمران اسحق محمد أبوزر

المشرف

الدكتور جمال أبو سردانة

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في المحاسبة

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا

جامعة العلوم التطبيقية الخاصة

عمان – الأردن

أيلول 2011

اتحاد الجامعات العربية

الجامعة الأردنية / مركز ايداع الرسائل الجامعية

نموذج تفويض

أنا عمران اسحق محمد أبو زر

افوض الجامعة الأردنية بتزويد نسخ من رسالتي للمكتبات أو المؤسسات أو الجهات أو الأشخاص عند الطلب.

التوقيع: ....

التاريخ: ....

Association of Arab Universities

The University of Jordan

Authorization Form

I'm Omran Isaac Mohammad Abu zer.

Authorize the University of Jordan to supply copies of my thesis/ dissertation to libraries or establishments or individual on request.

Signature: ………………………………. .

Date: ……………………………………. .

بســـــم الله الرحمَن الرحيم

جامعة العلوم التطبيقية الخاصة

عمادة البحث العلمي والدراسات العليا / ماجستير محاسبة

<u>قرار لجنة المناقشة</u>

اجتمعت اللجنة المكلفة بمناقشة رسالة الماجستير للطالب عمران اسحق محمد أبوزر، بتاريخ ٢٠-٩-٢٠١١ وكانت اللجنة مكونة من:

د. جمال أبو سردانة	مشرفاً ورئيساً
أ. د. يوسف سعادة	عضواً
د. سوزان عبد	عضواً
د. حسام خداش	عضواً خارجياً (الجامعة الهاشمية)

وبعد المداولة، توصي اللجنة بالقرار التالي:

منح الطالب درجة الماجستير في المحاسبة

<u>أعضاء اللجنة:</u>

رئيس اللجنة	د. جمال أبو سردانة	التوقيع......................
عضو	أ. د. يوسف سعادة	التوقيع......................
عضو	د. سوزان عبد	التوقيع......................
عضو	د. حسام خداش	التوقيع......................

بسم الله الرحمن الرحيم

إقرأ باسم ربك الذي خلق ¤ خلق الإنسان من علق ¤ إقرأ وربك الأكرم ¤ الذي علم بالقلم ¤ علم الانسان ما لم يعلم

صدق الله العظيم

الإهداء

الى رمز الحب والعطف والوفاء والحنان

الى التي جُعلت تحت أقدامها الجنـــــان

الى ضياء قلبي ونور حياتي، كلما رضيت ذهب عني العناء

أمي الحبيبة..........

الى الذي أتشرف بحمل إسمه

الى الذي أقتدي بخطوات دربه

عيناً سهرت ويداً تعبت زرعت ولك حق الحصاد

أبي الحبيب..........

الى شريكة حياتي وأم بناتي

الى من بذلت معي الجهد وشاركتني النجاح

الى من شاطرتني الهموم والأفراح

زوجتي العزيزة..........

الى فلذات كبدي رقّة وزهرات

الى من بهن رغدت الحياة وأنارت الجنات

الى من لأجلهن هانت المستحيلات

بناتي الحميمات..........

الى اختي واخواني الأعزاء

الى أخي المرحوم نور يبلغ عنان السماء

الى أصدقائي ومن لهم علي فضل حباً واخاءا

إليكم جميعا أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع..........

عمران أبوزر

الشكر

الحمد لله رب العالمين حمداً يحبه ويرضاه لنفسه طيباً مباركاً الذي أكرمني ومنّ عليّ بالعلم والمعرفة وأتم عليّ ما قد بدأت والصلاة والسلام على منقذ البشرية رحمةً لها في الدنيا شفيعاً يوم القيامة على نبينا وحبيبنا وقدوتنا مُحمّد صلى الله عليه وسلم وعلى آله وصحبه ومن تبعه بإحسان الى يوم الدين. آمين. أما بعد:

وإني إن شكرته لا أكفيه، " ويزيد الله الذين اهتدوا هدى والباقيات الصالحات خير عند ربك ثواباً وخيرٌ مردا "، فشكراً وحباً وكرامة لأستاذي القدير الدكتور جمال أبوسردانة، جهداً مباركاً، وأشكر جامعتي الحبيبة جامعة كل العرب جامعة العلوم التطبيقية الخاصة، ممثلة برئيسها وعميد البحث العلمي والدراسات العليا، كما أشكر جميع أساتذتي الذين لم يتوانوا عن بذل الجهد والعطاء نبراساً للعلم والمتعلمين.

وأشكر كل من تعاون معي من الشركات وكل من ساعدني ودعمني بشتى الوسائل والسبل، والى كل من ساهم في إتمام هذا العمل المتواضع.

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

فهرس الملاحق

أثر هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على أداء الشركات

(دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان)

الملخص

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أثر هيكل الملكية على الأداء المالي، المتمثل بالعائد على الإستثمار في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة في بورصة عمان، وكذلك التعرف على أثر تطبيق التجارة الإلكترونية على أدائها، بالإضافة الى التعرف على أثر بعض المتغيرات المالية، كالحجم، والرفع المالي، والأرباح المحتجزة على أداء تلك الشركات.

تم إختيار عينة الدراسة على أساس الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان المالي والبالغ عددها أربعة وسبعون شركة، وتم توزيع إستبانة واحدة لكل شركة وإستهدف فيها المدراء الماليين أو من ينوب عنهم في الأقسام الإدارية، وكانت العينة الصالحة للتحليل سبعة وستون شركة، بنسبة إستجابة (٩١%).

تم استخدام تحليل الإنحدار الخطي المتعدد، ومعامل إرتباط بيرسون، للوصول للنتائج المرجوة من أهداف الدراسة، وتم التوصل الى عدد من النتائج أهمها أن هيكل الملكية لا يشكل تأثيراً ذو دلالة إحصائية على الأداء المالي لهذه الشركات، كما وأظهرت النتائج وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية التجارة الإلكترونية على الأداء المالي لتلك الشركات، بالإضافة لوجود علاقة ذات دلالة احصائية للمتغيرات الرقابية المتمثلة بالحجم والرفع المالي على الأداء المالي لتلك الشركات، بينما لم يكن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للأرباح المحتجزة على الأداء المالي.

الكلمات الدالة: هيكل الملكية، التجارة الإلكترونية، الأداء المالي.

الفصل الأول

الإطار العام للدراسة

١-١ المقدمة

١-٢ مشكلة الدراسة وعناصرها

١-٣ أهمية الدراسة

١-٤ أهداف الدراسة

١-٥ فرضيات الدراسة

١-٦ المصطلحات الإجرائية

١-٧ مخطط الدراسة

١-١ المقدمة

إن الاهتمام المتزايد لدى المستثمرين، بتنمية اموالهم ومضاعفتها وبسرعة كبيرة جعل كثيراً من الشركات تفكر وتبتكر وسائل مختلفة وحديثة، لزيادة أدائها المالي وبالتالي مضاعفة أرباحها. حيث شهدت البشرية في الاونة الاخيرة ثورة تكنولوجيا هائلة، فرضت على الجميع واجب الاستفادة من هذا التطوير، بدءاً من ظهور التلكس والفاكس والميكروفيلم وانتهاءًا بالشبكة العنكبوتية (شبكة الإنترنت)، التي اصبحت الان وسيلة عالمية ومحلية تتجاوز حدود اللا معقول، لتنشئ معها تجارة حديثة قوامها التكنولوجيا بشتى وسائلها ولتصبح من أهمها وأميزها واسهلها عالمياً ويكون اكبر مشغل لها تلك الشبكة ، تلك هي التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت.

تلك التجارة التي أصبحت من أنجح الأساليب والطرق في الترويج للمنتجات والخدمات، فاتحة الباب على مصراعيه للمنافسة الحرة في عالم لا حدود له، والتي قضت على عاملي الوقت والمسافة، إذ أصبح العالم أشبه بقرية صغيرة يتحرك بأصابع يديك، ومن خلال اصغر الحواسيب. هذا التطور السريع فتح المجال أمام دول العالم في التنافس لتسويق منتجاتها وخاصة الدول النامية، التي تسعى جاهدة لتحقيق التقدم في رفع معدلات النمو الاقتصادي ورفع الكفاءة الإنتاجية وذلك عن طريق خلق أسواق جديدة على شبكة الإنترنت (الاسواق الإلكترونية)، لتحقق مزيداً من الإيرادات لم يكن من الممكن تحقيقها في ظل التجارة التقليدية.

ان العلاقة بين هيكل الملكية وبين الاداء المالي للشركات استحوذ على انتباه كثير من الدراسات والادبيات السابقة ولعدة عقود، بدءًا من دراسة موضوع تعارض المصالح بين الملاك والمدراء ما اطلق عليه مشكلة الوكالة ، وكما اشارت اليه دراسة (Berle and Means, 1932; Jensen and Meckling, 1976) حيث كان محور النقاش في هاتين الدراستين متعلق بنظرية الوكالة Agency Theory، والتي تبين نزاع المصالح بين صانعي القرار المؤسسي في الداخل والمساهمين في الخارج، إذ قدما تساؤلاً مهماً بشكل خاص عن الشركات الكبيرة فيما إذا كانت الادارة في حقيقة الامر وكيلة عن الملاك، ترعى مصالحهم وتسعى عند اتخاذ القرارات الاستثمارية والتمويلية لتحقيق أهدافهم ومصالحهم.

يجب علينا أن نعلم ان اداء الشركة يؤثر في هيكل الملكية كما أن هيكل الملكية يؤثر في اداء الشركة. حيث أن الاختلاف بين التوقعات الداخلية وتوقعات السوق لأداء الشركة يخلق حافزاً للادارة الى التغيير في ملكيتها للاسهم، لذا فإننا نستنتج ان النمو من الداخل لهيكل الملكية يجب ان يؤخذ بعين

الاعتبار عند البحث في العلاقة بين هيكل الملكية والاداء، وعدم أخذ النمو من الـداخل يـؤدي الـى إنحراف مزيف (Demstez and Villalonga, 2001).

وفي هذه الدراسة فإنه سيتم البحث عن تأثير هيكل الملكية وبعض المتغيرات المالية علـى الاداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية، والبحث في مستوى استخدام وتطبيق التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، ومدى تأثيرها على الاداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

١-٢ مشكلة الدراسة

إن كان النمو والتجديد في أمر ما، فإنما هو في نمو إقتصاد الدول وإزدهارها، ولأن التجارة تعتبر العمود الفقري لذلك، فإن الشركات بشتى قطاعاتها (صناعية ، خدمية ... إلخ)، قد تمارس التجارة بشكل أو بآخر، من عمليات بيع أو شراء داخلية كانت أم خارجية، وقد تستخدم في تجارتها كافة الوسائل المتاحة للوصول الى أفضل أداء وأقصى ربح ممكن، فالرسول الامين محمد صلى الله عليه وسلم عمل بالتجارة، وحض على ممارستها لقوله صلى الله عليه وسلم: " **عليكم بالتجارة فإن فيها تسعة أعشار الرزق** " (الجامع الصحيح ، حديث رقم 1209). وللاهمية البالغة لهيكل الملكية في الشركات المساهمة العامة، قامت العديد من الدراسات بمناقشة تأثير هيكل الملكية على الاداء المالي لتلك الشركات، لأن هيكل الملكية في اعتقاد كثير من الباحثين قد يعكس مدى قوة واستمرار عمل الشركات ونجاحها.

ولإهتمام الأدبيات المحاسبية بالعلاقة بين هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الأداء المالي للشركات، فقد بُنيت مشكلة هذه الدراسة للتعرف على تأثير هيكل الملكية المتمثل بتركز الملكية، والملكية الاجنبية ، وملكية المؤسسات وملكية الادارة على الآداء المالي للشركات. وكذلك التعرف على تأثير مدى تطبيق التجارة الإلكترونية المستخدمة من قبل الشركات الصناعية الأردنية على أداء تلك الشركات وفقاً لمقاييس الأداء المحاسبية التقليدية. وكذلك التعرف على تأثير بعض المتغيرات المالية (كالحجم ، والرفع المالي، والأرباح المحتجزة) على اداء تلك الشركات.

١ ٣ أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة في كونها تناقش مجموعة من القضايا الهامة: كمعرفة أثر هيكل الملكية على الأداء المالي للشركات الصناعية الأردنية، ومعرفة أثر تطبيق التجارة الإلكترونية المستخدمة من

قبل تلك الشركات على ذلك الأداء. بالإضافة الى ذلك يوجد أهمية إضافية للدراسة تتمثل بمعرفة مدى مزاولة التجارة الإلكترونية عبر الشبكة العنكبوتية في الشركات الصناعية الاردنية، فالتجارة الإلكترونية قد تمكن مستخدميها من تحقيق فوائد وعوائد لا يمكن حصرها، كالإنفتاح على العالم الخارجي، وخلق أسواق جديدة عالمية.

١ ـ٤ أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى:

١. التعرف على أثر هيكل الملكية على أداء الشركات الصناعية الأردنية.
٢. التعرف على أثر تطبيق التجارة الإلكترونية على أداء الشركات الصناعية الأردنية.
٣. التعرف على أثر بعض المتغيرات المالية على أداء الشركات الصناعية الأردنية .
٤. تقديم توصيات ذات مضامين مفيدة للجهات ذات العلاقة، مثل المستثمرين، ووزارة الصناعة والتجارة، وإدارات الشركات حول واقع التجارة الإلكترونية في الأردن وأثرها على الأداء.
٥. التعرف على واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية بشكل خاص ومدى تطبيقها فيها.

١–٥ فرضيات الدراسة

تحتوي هذه الدراسة على ثلاثة أنواع من الفرضيات، يتعلق النوع الأول بالعلاقة بين هيكل الملكية والأداء المالي، ويتعلق النوع الثاني بالعلاقة بين مدى تطبيق التجارة الإلكتروني والأداء المالي، ويتعلق النوع الثالث بالعلاقة بين بعض المتغيرات المالية والأداء المالي، وسيتم تفصيلها في فصل المنهجية، وهي كما يلي:

١–٥–١ النوع الأول: الفرضيات ذات العلاقة بين هيكل الملكية والأداء المالي.

الفرضية الرئيسة:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

الفرضيات الفرعية :

H1- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تركز الملكية وبـين الأداء المـالي فـي الشـركات الصناعية الاردنية.

H2- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملكية الاجنبية وبين الأداء المـالي فـي الشـركات الصناعية الاردنية.

H3- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسات وبين الأداء المـالي فـي الشـركات الصناعية الاردنية.

H4- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية الإدارة وبـين الأداء المـالي فـي الشـركات الصناعية الاردنية.

١-٥-٢ النوع الثاني: الفرضية ذات العلاقة بين مدى تطبيق التجارة الإلكتروني والأداء المالي.

الفرضية الرئيسة:

H5- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

١-٥-٣ النوع الثالث: الفرضيات ذات العلاقة بين بعض المتغيرات الماليـة والأداء المالي.

الفرضية الرئيسة:

لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات المالية وبين الأداء المـالي فـي الشـركات الصناعية الاردنية.

الفرضيات الفرعية :

H6- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الشركة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

H7- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرفع المالي وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

H8- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأرباح المحتجزة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

١-٦ المصطلحات الإجرائية

لقد وجد الباحث انه من الضرورة بمكان أن يتم التعريف بالمصطلحات التي تم إيرادها بهذه الدراسة، بطريقة تسلسلية تتناسب ومتغيرات وسياق الدراسة، وإدراجها ضمن الفصل الأول ليتسنى للقارئ معرفة مدلولاتها للإلمام بكافة جوانب وفصول الدراسة، وألا يكون هناك إبهام للمعنى المقصود من تلك المصطلحات، وتم ادراج هذه المصطلحات كالتالي:

١-٦-١ هيكل الملكية.

هي الفئات التي تمتلك حصة من أسهم الشركة، وتحدد ملكية كل فئة بحاصل قسمة عدد الأسهم التي تمتلكها تلك الفئة الى إجمالي عدد أسهم الشركة.

١-٦-٢ تركز الملكية.

هي نسبة ملكية كبار المساهمين (Brailsford et al., 2002)، أي هي مجموع نسبة الملكية للمساهمين الذين يملكون ٥% من أسهم الشركة أو أكثر، وذلك حسب التعريف المتبع في سوق عمان المالي.

١-٦-٣ الملكية الأجنبية.

هي نسبة ما يمتلكه المساهمون من غير الأردنيين (العرب والأجانب) من أسهم الشركة، بمن فيهم المستثمرين المقيمين، وتم حسابها وفق الآتي:
نسبة الملكية الأجنبية = عدد الأسهم المملوكة للأجانب/عدد الأسهم المكتتب بها.

١-٦-٤ ملكية الإدارة.

هي نسبة ما يمتلكه المديرون (مجلس الإدارة، والإدارة العليا، والإدارة التنفيذية) وأقرباؤهم من أسهم الشركة(Brailsford et al., 2002).

١-٦-٥ التجارة الإلكترونية.

التجارة الإلكترونية هي نظام يُتيح عبر شبكة الإنترنت حركات بيع وشراء السِلع والخدمات والمعلومات (Kalakota and Whinstone,1996). كما يُتيح أيضا الحركات الإلكترونية التي تدعم توليد العوائد مثل عمليات تعزيز الطلب على تلك السِلع والخدمات والمعلومات، حيث أن التجارة الإلكترونية تُتيح عبر الشبكة العنكبوتية عمليات دعم المبيعات وخدمة العملاء. ويمكن تشبيه التجارة الإلكترونية بسوق إلكتروني يتواصل فيه البائعون (موردون، أو شركات، أو محلات) والوسطاء (السماسرة) والمشترون، وتُقدَّم فيه المنتجات والخدمات في صيغة افتراضية أو رقمية، كما يُدفَع ثمنها بالبطاقات الإلكترونية.

١-٦-٦ الحجم.

هو حجم الشركة الصناعية المساهمة، وقد تم قياسه بإجمالي الأصول للشركة.

١-٦-٧ الرفع المالي.

ويعني استخدام القروض طويلة الأجل في تمويل عمليات الشركة في محاولة لتحقيق أكبر ربحية ممكنة للملاك (Brailsford,et.al, 2002)، وقد تم قياسه بقسمة إجمالي الإلتزامات على إجمالي الأصول.

١-٦-٨ الأرباح المحتجزة.

هو ذلك الجزء من الأرباح الذي تحتجزه المنشأة بعد توزيع الأرباح على المساهمين، والتي تمثل شكلاً من أشكال التمويل الداخلي للمنشأة (التهتموني، ٢٠٠٥)، وتم قياسه بالإعتماد على قائمة المركز المالي للشركة.

١-٦-٩ الأداء المالي.

يقصد به جانب الربحية والاداء في السوق، والذي هو مقياس لمدى نجاح الشركة وقدرتها على البقاء والإستمرار، ويتم قياسه بنسب الربحية ونسب السوق، والأداء بهذا التعريف هو جانب من جوانب الأداء المالي، ولقد تم قياسه في هذه الدراسة بنسبة العائد على الإستثمار.

١ ٧ مخطط الدراسة

تشتمل الدراسة على **سبعة فصول** بما فيها الفصل الأول، وذلك على النحو الأتي:

- **الفصل الثانـــي:** يستعرض هذا الفصل تطور مفهوم التجارة الإلكترونية، وأنواعها المختلفة، وأهميتها في الإقتصاد، والفرص التي توفرها، وواقعها في الاردن، واخيراً تطبيقاتها.
- **الفصل الثالـــث:** يستعرض هذا الفصل أهم المفاهيم المتعلقة بهيكل الملكية، وكذلك المتعلقة بالأداء المالي في الشركات المساهمة العامة.
- **الفصل الرابـــع:** ويشتمل هذا الفصل الدراسات السابقة (العربية والاجنبية) ذات الصلة بهذه الدراسة.
- **الفصل الخامس:** في هذا الفصل سيتم بيان النواحي المختلفة لمنهجية الدراسة، من حيث مجتمع الدراسة وعينتها، ومصادر جمع بياناتها، وتصميم وتطوير اداة جمع بياناتها، ومعدل الإستجابة للإستبانة، ومتغيرات الدراسة وفرضياتها، بالإضافة الى الاساليب الإحصائية التي تم الإعتماد عليها لإختبارات اداة الدراسة، وفرضياتها.
- **الفصل السادس:** يعرض هذا الفصل نتائج اختبار الفرضيات، واستخراج نتائج الدراسة والتعليق عليها، حيث تم تقسيم التحليل المالي الى قسمين، التحليل الوصفي واختبار الفرضيات.
- **الفصل السابـــع:** يعرض هذا الفصل اهم النتائج ويقترح مجموعة من التوصيات والدراسات المستقبلية.

الفصل الثاني

التجارة الإلكترونية

٢-١ المقدمة

٢-٢ تعريف التجارة الإلكترونية

٢-٣ أهمية التجارة الإلكترونية

٢-٤ مزايا ومخاطر التجارة الإلكترونية

٢-٥ طرق الحماية من مخاطر التجارة الإلكترونية

٢-٦ متطلبات التجارة الإلكترونية

٢-١ المقدمة

إن النمو الحادث والمتزايد لشبكة المعلومات الدولية "**الإنترنت**" قد جعل من التجارة الإلكترونية موضوعا متعارفا عليه وشائعا بين رجال الأعمال والمستهلكين، ومع ذلك فإن ظهور هذه الشبكة لا يعني أن تلك التجارة ظاهرة جديدة، فقد سبق هذا الظهور وجود تقنيات اخرى مبنية على شبكات الأعمال الإلكترونية الخاصة أو المغلقة، مستخدمة بالفعل في مجال الاتصالات الإلكترونية فيما بين الكيانات التجارية(Reed, 2000). وبات العالم على أثرها بمثابة بلدة واحدة تسبح في فضاء إلكتروني أجاز إمكانية إبرام هذه العقود عن طريق دعامات غير ورقية (ابوهيبة، ٢٠٠٢).

هذه الشبكة الدولية اصبحت تحقق للتجارة الإلكترونية التي تتم عبرها العديد من المنافع العامة، مثال ذلك نظام البريد الالكتروني، الذي يتيح إمكانية توفير الوقت والتكاليف وتوزيع المنتجات والخدمات على كافة ارجاء العالم في مدة زمنية قصيرة (Chatterjee, 2002)؛ مما أدى الى امكان خلق عقود إلكترونية لبيع السلع والخدمات تكون قابلة للتنفيذ تماما كما بالنسبة لنظيرتها التقليدية المعتمدة على الورق (Ford, 2001).

هذه التجارة تعتبر نظاما من النظم التي تساعد على تقريب وجهات نظر اطرافها عبر الإنترنت وهي في نظر الامريكيين – مبتكري هذا المفهوم العالمي الجديد – عبارة عن استخدام التكنولوجيا الحديثة في المعلومات والاتصالات من أجل إبرام الصفقات وعقد المبادلات التجارية، من أجل تطوير التجارة العالمية وتنمية المبادلات، ولذلك كان لا بد في هذا الفصل من بيان ماهية التجارة الإلكترونية، من حيث تعريفها، ومزاياها ومخاطرها، وبيان أهم جوانبها المشرقة والمظلمة باعتبارها صورة جديدة مختلفة عن التجارة التقليدية من حيث وسيلة إبرامها.

٢-٢ تعريف التجارة الإلكترونية

إن حقيقة إصطلاح التجارة الإلكترونية ما هو إلا مجرد كلمتين متداخلتين، هما التجارة والإلكترونية، ويمكن إيضاحهما بالأتي:

- **التجارة:** في اللغة تعنى حرفه التاجر الذي يمارس البيع والشراء(المعجم الوجيز، ٢٠٠٣)، وهي أحد طرق كسب المال حيث تتيح تداول وترويج المواد الزراعية والصناعية والمعلوماتية والخدمات بكافة اشكالها، مما يساهم بصورة فعلية في تنشيط حركة الاسواق وتعميرها، وتكوين الثروات بما يكفل أمن المجتمعات واستقرارها.

وقد تم تفسير مصطلح " **انشطة تجارية** " من قبل لجنة الامم المتحدة للقانون التجاري الدولي تفسيرا واسعا على ان يشمل المسائل الناشئة عن جميع العلاقات ذات الطابع التجاري، سواء كانت تعاقدية أم لم تكن، وتشمل العلاقات ذات الطابع التجاري المعاملات التالية على سبيل المثال لا الحصر: المعاملة التجارية لتوريد أو تبادل السلع أو الخدمات وإتفاق التوزيع والتمثيل التجاري أو الوكالة التجارية، والوكالة بالعمولة واعمال البناء، والخدمات الاستشارية والاعمال الهندسية ومنح التراخيص والاستثمار والتمويل والاعمال المصرفية والتامين وامتياز الاستغلال والمشاريع المشتركة وغيرها من اشكال التعاون الصناعي او التجاري، ونقل البضائع او الركاب جوا او بحرا او بالسكك الحديدية او بالطرق البرية، واعمالا لهذا النص ينبغي تحديد الاعمال التجارية على النحو الذي حدده قانون التجارة.

- **الإلكترونية:**

هي نوع من التوصيف لمجال أداء النشاط التجاري، باستخدام الأساليب الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وجاء بالجزء (٢/١٠٦) من القانون الفيدرالي الأمريكي لعام (٢٠٠٠)، بشأن التوقيعات الإلكترونية، أن مصطلح إلكتروني يعني: "**كل ما يتصل بالتكنولوجيا من أشياء لها قدرات كهربائية، أو رقمية، أو مغناطيسية، أو لاسلكية، أو بصرية، أو كهرومغناطيسية، أو أية قدرات مشابهة**".

- **التجارة الإلكترونية**

هناك العديد من التعاريف المختلفة التي إقترحها الباحثون للتجارة الإلكترونية، حيث عرفها (عبد الرحيم،١٩٩٧) بأنها: نظام تبادل غير ورقي لصفقات ومعلومات تجارية ومصرفية باستخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة، مثل نظام تبادل المعلومات الإلكتروني (EDI) Electronic Data Interchange، والبريد الإلكتروني(E-Mail)، ولوحات الحاسب الإعلانية الإلكترونية، والتحويلات المالية الإلكترونية Electronic Finances Transmutation (EFT)، وعرفها (Kalakota and Whinston,1996) بأنها: بيع وشراء المنتجات والخدمات من خلال شبكات الإنترنت، وعرفها (Turban,2000) بأنها: ذلك النشاط الذي يصف عملية بيع وشراء المنتجات والخدمات والمعلومات باستخدام شبكة الإنترنت.

ومما سبق فإن مصطلح **التجارة الإلكترونية** يقصد به: "**كل نشاط تجاري يبرم عبر الشبكة العنكبوتية باستخدام الحاسوب** " ، وهذا التعريف يعد أكثر دقة مما إنتهى إليه القانون

الأمريكي الخاص بالتخصيص المالي لأمر الدفاع الصادر عام (١٩٩٨)، عندما عرّفها بأنها "الصفقات التجارية التي تتم بواسطة جهاز الكمبيوتر".

٢-٣ أهمية التجارة الإلكترونية

للتدليل على أهمية التجارة الإلكترونية، يرى (بيل جيتس) صاحب شركة الكمبيوتر العالمية "ميكروسوفت" أن المعاملات التجارية عبر الإنترنت يمكن أن تحقق فكرة (آدم سميث)، عن مفهوم الاسواق ، في كتابه المعنون باسم (ثورة الأمم)، والصادر عام ١٧٧٦م، حيث طرح الفكرة القائلة:

"أنه لو كان كل مشتري يعرف سعر كل بائع، وكل بائع يعرف ما الذي يرغب كل مشتري بشرائه، لأصبح كل فرد أو مشتري في السوق قادراً على اتخاذ قررات صائبة مبنية على معرفة كافية بسعر السلعة في السوق، ولجرى توزيع موارد المجتمع بكفاءة".

فمثلا إذا اراد احد الافراد شراء أداة كهربائية، فإن المشتري لن يجد الوقت او الصبر الكافيين لكي يمرً على كل بائع لهذة السلعة لمعرفة اقل سعر يمكن ان تباع به، ومن ثم فسوف يتصرف إعتمادا على معلومات ناقصة ومحدودة، فيشتري من اقرب بائع منه، أما في مجال التسوق عبر الإنترنت أو التجارة الإلكترونية فيمكن للمشتري ان يحصل على اداته الكهربائية باقل سعر معروض لها في الاسواق (حجازي، ٢٠٠٢).

وهكذا فإن التجارة الإلكترونية تمكن الشركات من تفهم احتياجات زبائنها، واتاحة خيارات التسوق أمامهم بشكل واسع، وهذا يحقق نسبة رضا عالية لدي الزبائن لا تتيحه وسائل التجارة التقليدية؛ فالمشتري يمكنة معرفة الاصناف، والاسعار، وميزات كل صنف، والمفاضلة، وتقييم المنتج – محل الشراء – من حيث مدى تلبيته لرغباته وخياراته.

ونظرا لأهمية موضوع التجارة الإلكترونية على المستوى الدولي والمحلي، فقد صدرت قوانين وتشريعات تنظم التعامل في إطارها؛ فقد اصدرت الامم المتحدة قرارا بإعتماد القانون النموذجي للتجارة الإلكترونية عام١٩٩٦م، وصدر عام ١٩٩٨م قانون التجارة الإلكترونية في سنغافورة، واصدر المجلس الاوروبي التوجيه رقم ٣١ فيما يتعلق بالتجارة الإلكترونية في ٨ آب عام ٢٠٠٠م، وصدر في فرنسا وتونس بتاريخ ٩ آب في نفس العام قانون بشأن التجارة والمبادلات الإلكترونية، وفي عام ٢٠٠١م اخذت الدول بإصدار قوانينها في كل من إيرلندا، ودوقية لكسمبرغ، ومصر، والاردن، والامارات وغيرها من الدول، شعورا منها باهمية موضوع التجارة الإلكترونية وضرورة تنظيمه وتقنينه (حجازي، ٢٠٠٢).

لكن التجارة الإلكترونية تتطلب إجماعا عالميا، وإطارا عمليا يشتمل على قوانين مناسبة تهدف الى تسهيل حركة التجارة، وعولمة الاقتصاد؛ ففي الوقت الذي يمكن فيه بيع بعض الاشياء عن طريق الإنترنت؛ كالبرامج الحاسوبية، فإن الكثير من الاشياء لايمكن بيعها بهذه الطريقة، وتحتاج الى نقل وتخليص من الجمارك، بالإضافة الى كثير من الشروط والاعباء التجارية الاخرى، مما يدعوا الانظمة وقوانينها المرتبطة بها الى تسهيل وتحسين حركة التجارة الإلكترونية لما لها من دور كبير في تطوير الإقتصاد العالمي.

٢-٤ مزايا ومخاطر التجارة الإلكترونية

لا شك أن التجارة الإلكترونية تتسبب وبشكل واسع النطاق في تغيير الحياة العملية، والشخصية للمجتمعات والافراد، وهي في سبيل تحقيق تلك الغاية بصورة فعالة ومثمرة، يتعين ان تحدث ثورة في الطريقة المنهجية التي تسير بها الاعمال والمشروعات، بحيث تتبدل الاساليب التقليدية التي يتبعها كل من المستهلكين وموردي المنتجات والخدمات، مما يؤدي الى خلق فرص لاجيال جديدة كاملة من المشاريع، وتقود الحكومات الى إعادة التفكير في ادوارها التنظيمية التقليدية بشأن إيجاد تأثير واقعي على نشاطات المستثمرين والمستهلكين نحو هذه التجارة العالمية النطاق، والتي اصبحت لها القدرة على إختراق حدود الدول بطرق لم تكن معروفة من قبل.

ويرى البعض ان هذه التجارة تمثل تحقيقاً للمعاملات الإلكترونية، في مقابل تلك التي تجري على الورق، وهي ليست سوى نتيجة عملية في القطاعين العام والخاص، من أجل إرتفاع منحنى الأداء باستخدام اجهزة الحاسبات الآلية الشخصية والاتصالات في عصر الإنترنت، مما ادى الى ظهور مجتمع اقتصادي عالمي جديد.

منذ نهاية السبعينات من القرن العشرين طالبت المؤسسات الدولية المتخصصة في مجال التجارة الدولية، بإلغاء العديد من العقبات القانونية التي تعترض حركة التجارة في الكمبيوترات، من خلال سعيها للاعتراف بالقيمة القانونية للتسجيلات المعلوماتية، وقد تلا تلك المواقف حدوث تطور مكمل في النظام الامريكي تحت مفهوم تبادل المعطيات المعلوماتية، والتي تعني المعالجة الأوتوماتيكية للعملية التجارية برمتها دون تدخل إنساني وفقا لمستوى معياري تقني.

وهذه التجارة الإلكترونية لها مزاياها ومخاطرها، ويمكن بيانها على الوجه التالي(جستنية، ٢٠٠٥):

٢-٤-١ مزايا التجارة الإلكترونية.

١. **زيادة في الانتاجية:**

لأن تبنى هذه التجارة يعد اهم وسيلة من الوسائل القليلة المتاحة امام المشروعات لزيادة كميات الإنتاج المطلوبة لتحقيق التوقعات المرتبطة بقيمة الاسهم وجذب رؤوس اموال إستثمارية جديدة والتغلب على حملات المنافسة، كما انها تحقق نشوء اسواق متسعة بشكل جذري او بمعنى آخر أسواق بلا حدود.

٢. **خفض التكاليف**

إذ من الممكن إجراء تخفيضات كبيرة في أداء مهام العمل التقليدية، مثل الاتصالات الداخلية و الخارجية والسيطرة على المخزون والحسابات وادارة العلاقات مع المستهلكين، كفتح اسواق مركزية قليلة التكاليف في مناطق بعيدة عن المناطق المأهولة، او اسواق مركزية بين عدة دول أو ولايات.

٣. **تحسين الجودة**

وذلك من خلال خفض زمن التعامل، ومعدلات الخطأ الناتج عن التخلص من الخطوات اليدوية، ومثل عامل الهاتف، وتدخل مندوبين في المعاملات التي تجري عن بعد، الى تحسين عمليات الجرد وانسياب المعاملات وزيادة رضا كل من المستهلكين والعاملين.

٤. **زيادة الجاذبية بالنسبة للمستهلك**

وهي تؤدي بالتجارة الإلكترونية الى زيادة قدرة المستهلك وتأثيره، عن طريق وضع المعلومات والسيطرة على المعاملات بين يديه، ويستطيع المستهلكون الوصول بشكل افضل الى سلع وبضائع بديلة والى عروض موضوعة وفقا لمواصفات فردية بناءة على الكمبيوتر، وذلك مثل القدرة على تعيين شكل خاص او فريد من منتج كمي.

٥. **زيادة رضا العاملين في هذا المجال**

وذلك بسبب الابتعاد عن اداء الاعمال النمطية الروتينية، والاتجاه نحو نموذج العامل المتمتع بالعلم والمعرفة، عند قيام هؤلاء بمباشرة عمليات الاتصالات الراقية المستوى بغية الوصول

الى مدخل لتحقيق فوائد ومنفعة وفرص جديدة لزيادة معدلات الاحتفاظ بالعاملين الاكثر قيمة.

٦. **ظهور شركات جديدة مبنية على مشاركة افضل في المعلومات**

وهذا يساهم في تبيين وسائل افضل وفرص اوفر للشركاء، من اجل المشاركة الخاضعة للسيطرة على علاقات عمل استراتيجية.

٢-٤-٢ مخاطر التجارة الإلكترونية.

نتج عن التجارة الإلكترونية مخاطر عديدة تتمثل بإيجاز في إمكان وقوع اضرار هائلة لكل المشاركين في التجارة الإلكترونية، وربما تنتج الاضرار من خطأ بشري أو فشل في النظام أو نتيجة نوايا إجرامية أو بعض الاعمال المؤذية. وأهم المخاطر التي يمكن ان يتعرض لها اي مشروع مشترك في التجارة الإلكترونية ما يلي:

١. **الكشف عن الاسرار**

وذلك اذا كانت الصفقات التجارية تتضمن في الغالب نصاً يوجب على الاطراف الالتزام بالسرية وعدم الافشاء بها، فانه من المحتمل أن تهدد مثل هذا الأتفاق خاصية إنفتاح شبكة المعلومات العالمية، إذ من المحتمل الكشف لمنافسين او لأناس اخرين عن معلومات خاصة بالممتلكات، مثل حقوق الملكية الفكرية، او معلومات خاصة بالتسويق او بالاسعار المنافسة والتي تكون حاسمة في نجاح الاعمال (الماحي، ٢٠٠٣).

٢. **خسائر مالية مباشرة**

وذلك نتيجة للاحتيال كنقل اموال من حساب الى آخر دون وجه حق، او تدمير او إخفاء سجلات مالية قد تكشف عن تصرفات غير قانونية، فالمستثمرون (على سبيل المثال) يخشون من ارسال معلومات عن بطاقاتهم الإئتمانية على الشبكة، بينما تزداد الحاجة الى الامن مع تحرك العمل نحو التجارة الإلكترونية القائمة على الصفقات، وحتى مواقع التسويق غير منيعة امام الاضرار والخسائر الناجمة عن إنتهاك الامن وخرقه (Turban, 2000).

٣. **تكاليف غير متوقعة**

فكثيرا ما يتعرض المتعامل عبر الشبكة لتحمل تكاليف قانونية بسبب تطفلات خارجية أو عدم أمانة أحد العاملين أوعدم وجود سيطرة ورقابة كافيتين او اخفاقات في النظام

الالكتروني، بما يترتب عليه تأخير التسوية النهائية لتعاملات عملية كبيرة، الى ان يتم التوصل الى حل للنزاعات بين الاطراف.

٤. **فقدان الثقة في التعامل عبر الإنترنت**

كثيرا ما يتعرض المستهلكون لمخاطر بالرغم من قوانين حماية المستهلك، فالمستهلك الذي يعهد بامواله الى أنظمة إلكترونية تتعرض لهجوم او فشل من الممكن وبلا شك ان يعاني من الخسائر.

وعلى الرغم من ان التجارة الإلكترونية تشترك في اشياء كثيرة مع مثيلاتها التقليدية، لان كلاً منهما يتضمن اطرافاً تلتقي معاً لشراء او بيع سلع او خدمات، ويحتويان على دفع وتسليم، حيث تتجه نية هؤلاء الاطراف في الحالتين نحو خلق اتفاق قابل للتنفيذ، ويبرر هذا التشابه الوظيفي الاتجاه السائد للتعديلات التدريجية على المبادئ التقليدية لكي تستوعب جوانب كثيرة للتجارة الإلكترونية، إلا ان هناك اختلافات هامة بينهما، (فعلى سبيل المثال) تقلل التجارة الإلكترونية من اشتراطات الاعتماد على السجلات الورقية لتوثيق اي تعامل من التعاملات كما انها تحد من دور المشاركة البشرية.

٢-٥ طرق الحماية من مخاطر التجارة الإلكترونية:

إن هذا الجيل من الجرائم العصرية قد يشكل وضعاً جديداً حساسا لابد من متابعته بغرض تحديده ومكافحته، ولكن ما زالت الجهود في نظر الباحث متواضعة لتعريف هذه الجرائم، وتحديد مداها، وعقوبتها، وخاصة انها كما تقدم لا تعرف حدود الزمان والمكان، وعلى الشركات التجارية ان تبذل كل الجهود، وان تتكاثف مع كافة الجهات الرسمية الاخرى، وأن تكون مستعدة للمقاومة بنفس الاسلحة التقنية التي يتم استخدامها في إرتكاب الجرائم الإلكترونية ضدها أو ضد الزبائن، ومن الحلول المقترحة للحد من مخاطر التجارة الإلكترونية ما يأتي:

١. التأكد من موثوقية الموقع الذي يتم التعامل معه على الشبكة؛ فلا يتم إعطاء المعلومات الشخصية، ورقم البطاقة الإئتمانية لمواقع غير معروفة حتى وان كان الاتصال آمناً، ومحاولة ان يكون التعامل مع المواقع المشهورة والموثوقة او المرخصة، والتي يجري تقييمها، وتأهيلها، بتوقيع الكتروني من قبل طرف ثالث مختص بأمور الحماية، مثل معهد المحاسبين القانونيين الامريكي.

٢. الحذر من إفشاء الأرقام السرية بشتى اشكالها، وانواعها، وعدم حفظها على الجهاز، وعدم السماح للمتصفح بتذكرها، وكذلك الحرص على استخدام النسخ الحديثة من المتصفحات، والتي تم اصلاح الثغرات الامنية فيها، والحرص ايضاً على ان يكون المتصفح يدعم نظام التشفير بمفتاح طوله ١٢٨(BIT)؛ لجعل البيانات غير مقروءة بدون استخدام مفتاح فك الشيفرة، حتى تصعب المهمة على من يحاول كسر التشفير لغرض سرقة البيانات السرية(الزيدي، ٢٠٠٣).

٣. الإحتفاظ بنسخة من الصفحة التي تحتوي على مختصر العملية التي تم القيام بها –وأغلب المواقع تعرض هذه الصفحة على المستخدم كنوع من المراجعة قبل إتمام العملية– حتى تتمكن من معرفة ما لك وما عليك، وهذا يسهم في اكتشاف السرقات، وتفادي إستمرارها (الفتوح، ٢٠٠١).

٤. التأكد من جميع المبالغ التي تم تسجيلها على البطاقة الإئتمانية عند وصول كشف الحساب، وعند اكتشاف أي تلاعب لا بد من رفع شكوى الى البنك الذي أصدر بطاقة الإئتمان، وسيقوم المختصون هناك بالتحقيق في ماهية الشخص أو الجهة التي استخدمت بطاقة الإئتمان دون إذن لها بذلك (الفتوح، ٢٠٠١).

٥. ضرورة تنظيم المواقع التجارية عبر الشبكة، وتنظيم محتواها، وحماية المواقع الأصلية من التقليد أو المنافسة غير المشروعة، وتنظيم آلية الدفع الإلكتروني باستخدام أحدث البرامج، تجنباً لجرائم السرقة، أو الإحتيال، مما يؤدي الى إستقرار المعاملات، والشعور بالثقة والأمان (الشوابكة، ٢٠٠٤).

٦. شراء البرامج الأصلية، والمغلفة بغلاف الشركات المنتجة، أو من الوكيل المعتمد، أو من مورد ذي سمعة طيبة، بالإضافة الى استخدام برامج مسح الفيروسات للتأكد من أن البرامج سليمة، وذلك قبل أن يتم تحميلها على القرص الصلب.

٧. استخدام تقنية الجدار الناري، الذي هو عبارة عن مجموعة أنظمة توفر أساليب أمنية بين شبكة الإنترنت وشبكة المؤسسات أو الشركات، أو غيرها، وتتمثل بالآتي (الزيدي، ٢٠٠٣):

- منع دخول المستخدميين غير المصرح لهم بالدخول الى الشبكة.
- حماية المعلومات الهامة لدى الدخول الى الشبكة أو الخروج منها.
- حماية عامة من جميع أنواع الهجمات.
- متابعة المستخدمين للشبكة ومن يحاول العبث بها.
- تخزين المعلومات والبيانات التي تمر من خلاله.

٢-٦ متطلبات التجارة الإلكترونية

لكي تصبح التجارة عبر شبكة الإنترنت متاحة في أي مجتمع فإنه لابد من توفر البيئة المناسبة لها وكذلك المتطلبات اللازمة لتحقيقها. وفي هذا القسم سوف يتم تناول هذه المتطلبات وفق التقسيمات التالية (العبدلي، ٢٠٠٥):

أ. **البنية التحتية الإلكترونية:** وتشمل البنى التحتية الداعمة للتجارة الإلكترونية وعقد التعاملات التجارية عبر شبكة الإنترنت. ومن أبرز مكونات هذه البنية قطاع تقنية المعلومات والاتصالات (ICT) وتشمل شبكات الاتصال السلكي واللاسلكي وأجهزة الاتصالات من فاكس وهواتف ثابتة ومتنقلة، وكذلك الحواسب الآلية وبرامج التطبيقات والتشغيل، وخدمات الدعم الفنية، ورأس المال البشري المستخدم في الأعمال والتجارة الإلكترونية، إضافة الى توفر القطاعات المنتجة لتقنية المعلومات. فهذه المكونات توفر البيئة التحتية الإلكترونية التي تساعد على انتشار استخدام الإنترنت وتهيئ البيئة المناسبة للتجارة الإلكترونية. ويعتبر انتشار الإنترنت عاملا رئيسا في الدخول للتجارة الإلكترونية، لأنها بمثابة القناة الإلكترونية أو السوق الإلكتروني الذي تتم من خلاله المعاملات والتبادلات التجارية. كما أن انتشار الإنترنت يعتمد على توفر عناصر أساسية منها: توفر أجهزة الحاسب الآلي الشخصية والهواتف والحاسبات المضيفة، وإمكانية الدخول الى الإنترنت من خلال معرفة عدد المستخدمين والمشتركين والمستخدمين المحتملين للإنترنت.

ب. **التشريعات والأنظمة للتجارة الإلكترونية:** وتشمل التشريعات والقوانين والقواعد التي تتلاءم مع طبيعة التجارة عبر شبكة الإنترنت. وتمثل هذه التشريعات الإطار القانوني والتنظيمي الذي يضمن استمرار التجارة الإلكترونية وحماية حقوق الأطراف المتعاملة فيها. كما يتكفل هذا الإطار القانوني بإيجاد الأدوات القانونية التي تتناسب والتعاملات الإلكترونية مثل وسائل التعاقد عبر شبكة الإنترنت أو عبر البريد الإلكتروني، والشروط اللازمة لذلك، وفض النزاعات التجارية الإلكترونية سواء كانت في داخل المجتمع أم كانت بين أطراف في دول مختلفة، وكذلك التعامل مع وسائل الإثبات للأطراف المتنازعة تجاريا عبر شبكة الإنترنت. وتشمل أيضا هذه التشريعات القضايا المتعلقة بحقوق الملكية الفكرية، والجرائم الإلكترونية وتحديد مفهوم الضرر والإتلاف الناجم عن تلك الجرائم، والتعامل مع التوقيعات الإلكترونية وما هي صيغة الإيجاب والقبول الكترونيا.

ج. **توفر الكوادر البشرية:** ويمثل هذا الجانب أحد مقومات نجاح التجارة الإلكترونية في أي مجتمع، وتشمل هذه الكوادر البشرية المتخصصين في قطاع تقنية المعلومات وشبكات الاتصال والإنترنت والبرامج التطبيقية ذات العلاقة بالتجارة عبر الإنترنت. ومن ناحية أخرى تتطلب التجارة الإلكترونية ما يسمى بالاستعداد الإلكتروني (E-Readiness) أي المجتمع القادر والذي لدية الرغبة في استخدام وممارسة التجارة عبر شبكة الإنترنت. ويرتفع معدل الاستعداد الإلكتروني لأي مجتمع من خلال تطوير نوعية الأنظمة التعليمية وتوسيع دائرة الفرص لأفراد المجتمع للاستفادة منها حتى يصبح مجتمعا ذا معرفة وثقافة تكنولوجية، بالإضافة الى توفير الفرص للمؤسسات والمعاهد التعليمية والمدارس لإستخدم تقنية المعلومات والاتصالات، وتكييف المناهج التعليمية مع المعارف التقنية.

الفصل الثالث

هيكل الملكية والأداء المالي

٣-١ المقدمة

٣-٢ تعريف هيكل الملكية والأداء المالي

٣-٢-١ تعريف هيكل الملكية

٣-٢-٢ تعريف الأداء المالي

٣-٣ تطور هيكل الملكية في الشركات الحديثة

٣-٤ العلاقة بين تركز الملكية الخارجية وأداء الشركات

٣-٥ العلاقة بين الملكية الأجنبية وأداء الشركات

٣-٦ العلاقة بين ملكية المؤسسات وأداء الشركات

٣-٧ العلاقة بين ملكية الإدارة وأداء الشركات

٣-٨ مقاييس الأداء المالي

٣–١ المقدمة

في بداية الرأسمالية، كان الشكل السائد للشركات هو شركات صغيرة تجتمع بها الملكية والإدارة. وفي القرن التاسع عشر ومع ظهور الثورة الصناعية، وتغير التكنولوجيا المستخدمة في الإنتاج، زاد الحجم الأمثل لكثير من الشركات، بحيث لم تعد عائلة واحدة، أو مجموعة من المديرين قادرة على إنشاء شركة بصورة منفردة ، وعليه إنتهت الملكية التقليدية التي استمرت ثلاثة عقود وبدأ عهد إنفصال الملكية عن الإدارة. بدأ مصطلح تشتت ملكية الأسهم عن طريق آدم سميث حيث حذر في كتابه "ثروة الأمم" من الإهمال الذي يحدث عندما يطمع المديرون بثروة الملاك، ولم يقدم دليلاً تطبيقياً على هذه الظاهرة في زمانه، حيث كانت الشركات الكبيرة ذات تشتت الملكية تمثل الشكل الشاذ بين الشركات. وبعد قرن ونصف أُعيد إحياء مصطلح تشتت الملكية من قبل محام يدعى Adolf Berle ، وصحفي يدعى Gardiner Means ، حيث قدما أمثلة تطبيقية عن تركز الملكية خاصةً ملكية الإدارة، حيث احتوى كتابهما The Modern Corporation & Private Property عام 1932، على أهمية تنظيم حقوق إتخاذ القرار في الشركات الخاصة بالإضافة الى بيانات عن ملكية المديرين لعدد كبير من الشركات الأجنبية (الحنبلي، ٢٠٠٧).

ولقد وجدت المناقشة التي تناولها كتاب Berle and Means عام ١٩٣٢، عن مخاطر تشتت الملكية خلال الكساد الاعظم تأثيراً عميقاً وسريعاً، حيث ساعدت هذه المناقشات في وضع قوانين السندات الفدرالية في ثلاثينات القرن الماضي والتي سُنت لحماية الملاك من تصرفات المديرين وقد استمر العمل بهذه القوانين ليومنا الحاضر.

وللتأثير المباشر وغير المباشر في تنوع هيكل الملكية (تركز الملكية، والملكية الأجنبية، وملكية المؤسسات، وملكية الإدارة)، في الشركات بشكل عام، سيقوم الباحث بإيجاز العلاقات بين هيكل الملكية وبين أداء الشركات.

٣–٢ تعريف هيكل الملكية والأداء المالي

٣–٢–١ تعريف هيكل الملكية

هي الفئات التي تمتلك حصة من أسهم الشركة، وتحدد ملكية كل فئة بحاصل قسمة عدد الأسهم التي تمتلكها تلك الفئة الى إجمالي عدد أسهم الشركة.

٣-٢-٢ تعريف الأداء المالي

يقصد به جانب الربحية والتقييم في السوق، والذي هو مقياس لمدى نجاح الشركة وقدرتها على البقاء والإستمرار، ويتم قياسه بنسب الربحية ونسب السوق، والأداء بهذا التعريف هو جانب من جوانب الأداء المالي، الذي يقاس بعدة نسب هي: نسب السيولة، ونسب الرفع المالي، ونسب الربحية، ونسب سوق الأوراق المالية، ونسب الإستثمار (الحنبلي، ٢٠٠٧).

٣-٣ تطور هيكل الملكية في الشركات الحديثة

لقد كسر التنظيم الجديد للشركات- تشتت الملكية- الصلة بين الادارة والملكية وفي حال وجود ملكية للادارة تكون ضئيلة جداً. وتعتبر فوائد هذا النوع من الشركات عديدة منها: المساعدة في حل مشاكل التمويل للقيام بعمليات كبيرة الحجم والاستفادة من وفرات الحجم، وتمكين الشركة من القيام بالعمليات الانتاجية المعقدة عن طريق اختيار مديرين ذوي خبرة كما تزيد من عرض النقد في سوق رأس المال وتقوم بتوجيهه نحو النشاطات المنتجة.

ومن جهة اخرى تواجه الشركات الحديثة مشكلة نشأت مع ظهور الشركات ذات الملكية المشتتة وهي مشكلة الوكالة، حيث ان هناك فرصة للمدير الخبير الذي يتحكم في العمليات اليومية ان يأخذ قرارات تصب في مصلحته الشخصية اكثر من مصلحة المساهمين في حال وجود تضارب في المصالح بين الفريقين.

حيث ظهرت مشكلة الوكالة بسبب الاختلاف بين الادارة والملاك في الشركة الحديثة، حيث قدمت نظرية الوكالة كمفسر لبعض القرارات التي لا تصب في مصلحة المساهمين وكدليل على التأثير السلبي للملكية الغائبة الناتجة عن كبر عدد المالكين وتشتتهم (الحنبلي، ٢٠٠٧).

ركزت ورقة (Jenesen and Mackling's,1976) على تعارض المصالح بين المساهمين والمديرين فجاء فيها "حيث ان العلاقة بين الملاك والمساهمين تتبع تعريف الوكالة فليس من المستغرب اكتشاف ان المشاكل الناتجة عن انفصال الملكية والادارة في الشركات الحديثة التي تتصف بتشتت الملكية تتعلق في جوهرها بمشاكل الوكالة". بعدها بدأ الاقتصاديون توظيف موضوع الوكالة في مواضيع تشتت الملكية.

ولكن ما المقصود بالوكالة؟

الوكالة هي عقد يتم بموجبه قيام الموكلين الملاك principals باستئجار وكلاء مديرين agents للقيام ببعض الخدمات لتحقيق مصلحة الموكلين، بما فيها المفاوضات واتخاذ القرارات (Colesa, 2001).

اما نظرية الوكالة فتركز على تعارض المصالح بين الموكلين والوكلاء، حيث تؤكد على ان اداء المديرين يجب ان ينصب في مصلحة المساهمين، وان الشركة يمكن ان تتبنى عدة آليات لتجعل مصالح الوكلاء متسقة مع مصلحة المساهمين عن طريق مراقبة تصرفات الوكلاء. لكن عند اخذ اثر التعارض بين المديرين والملاك بعين الاعتبار، فإن السوق يقلل من قيمة اسهم الشركة وهذه التكلفة بالاضافة الى تكلفة الرقابة الداخلية التى تهدف الى التاكد من حسن استغلال الموارد ومنع الهدر والاسراف وسوء الاستعمال (والذي قد يمارسه المديرون لانهم مجرد وكلاء)، هي مكونات تكلفة الوكالة على الملاك.

ومن اكثر المواضيع مناقشةً في هذا المجال، هو كيف تتم هيكلة المؤسسات وتطبيق ممارسات السيطرة لبناء هيكل مناسب للشركة مع اخذ بيئة السوق الذي تعمل به الشركة بعين الاعتبار. وتركز اكثر الادبيات على كيفية تصميم ممارسات السيطرة في الشركة لتحقق حافزا للادارة لاتخاذ قرارات تحسين أداء الشركة. إن وجود مشكلة الوكالة قد اضعفت من فرضية **ان الشركات الحديثة ذات تشتت الملكية هي اكثر كفاءة،** حيث انه من الممكن في بعض القطاعات الصناعية ان تكون تكلفة الرقابة على الادارة مرتفعة، كما انه قد تكون مزايا وفورات الحجم، والادارة الخبيرة ثانوية وغير كافية لتغطية تكلفة الوكالة.

ولقد وجدت دراسة (Demsetz & Lehn, 1985) أن هيكل الملكية يتشكل بطريقة تحقق التعظيم في القيمة، وعليه فإن تشتت الملكية وعدم ملكية الإدارة تنشأ إذا كانت أكثر قدرة على تحقيق الثروة.

ولكن ما المقصود بالسيطرة؟

السيطرة هي مجموعة الممارسات (الآليات) المؤسسية والسوقية التي تقود المديرين الى إتخاذ قرارات تُعظم من قيمة الشركة أمام المساهمين (Bolbol, 2004).

هناك آليتان للسيطرة يمكن للشركة استخدامهما للحد من مشكلة الوكالة وتحقيق إتساق المصالح بين الإدارة والملاك هما (Bolbol, 2004):

١. آليات الرقابة وتنقسم الى:

أ – هيكل القيادة: تحديد العلاقة بين رئيس مجلس الإدارة والمدير التنفيذي وفصل الوظيفتين يؤدي الى أداء أفضل.

ب – تركيبة مجلس الإدارة: إختيار أعضاء منفصلين عن الإدارة (أعضاء خارجيين) يؤدي الى أداء أفضل.

ج – ملكية مجلس الإدارة للشركة تؤدي الى أداء أفضل.

٢. آليات تحفيز المدير التنفيذي تؤدي الى أداء أفضل:

أ – ربط تعويضات المدير التنفيذي بالأداء.

ب – ملكية المدير التنفيذي تؤدي الى أداء أفضل.

ج – ربط بقاء المدير التنفيذي بمنصبه وبقدرته على تخفيف مشكلة الوكالة، وذلك بسبب وجود سوق لعرض العمل للمديرين وسوق للإستيلاء على الشركات، مما يحفز المديرين على تحسين الأداء وتقليل مشكلة الوكالة.

د – زيادة الإعتماد على الدّين للتمويل، مما يقلل من قاعدة الملاك، ويزيد من نسبة ملكية الإدارة، مما يؤدي الى إتساق المصالح مع المديرين والملاك من جهة، وزيادة احتمالية الإفلاس وفقد وظيفة المديرين من جهة أُخرى، مما يخلق حافزاً للمدير التنفيذي لزيادة الكفاءة.

ولكن الكثير من الآليات التي تم ذكرها يمكن أن تحقق مشاكل خاصة بها إذا أُفرط في استخدامها، فزيادة ملكية الإدارة تجعل المديرين يسلكون سلوكاً متحفظاً، بحيث لا تنصب تصرفاتهم كلها في مصلحة المساهمين الخارجيين، بالإضافة الى احتفاظهم بمناصبهم حتى لو كان من الضروري تغييرهم. وزيادة تركز الملكية الخارجية وخاصة ملكية المؤسسات التي قد تكون مصالحهم مختلفة عن باقي المساهمين، فيشتركون مع الإدارة في تبني إستراتيجيات لا تُعظم من قيمة الشركة. كذلك زيادة الإعتماد على الدّين يزيد من مخاطر الإفلاس، كما يسبب صراعاً بين المساهمين والدائنين، حيث يفضّل الدائنون المشاريع ذات المخاطر المنخفضة التي لا تؤثر على سيولة الشركة وهذا ضد مصالح المساهمين.

وينتشر تركز الملكية في الدول النامية للأسباب التالية (Bolbol, 2004):

١. نظام قانوني لا يحمي المساهمين.
٢. هياكل تمويل دفاعية تشكل قوانين الشركات.
٣. سيطرة شركات العائلات مع وجود فجوة وكالة بين المساهمين والمديرين.
٤. عدم كفاءة أسواق المال الذي أدى الى نقص سيولة الأسهم.
٥. هياكل ملكية هرمية.
٦. أسهم لها تصنيفين.

٣-٤ العلاقة بين تركز الملكية الخارجية وأداء الشركات

ما هو سبب تركز الملكية؟

أحد القواعد المالية الحديثة هي **التنويع**. حيث يتوقع نموذج التسعير الرأسمالي أن المستثمرين سوف يحتفظون بمحافظ إستثمارية بها تنويع جيد، للتخلص من المخاطر التي يمكن تجنبها بالتنويع.

ولكن ما الذي يجعل المستثمر يتجاهل مزايا التنويع ويضع استثماراً في شركة واحدة؟ هناك حافزان (Holderness, 2003):

١. مزايا السيطرة المشتركة Shared Benefits of Control: وتظهر من الحق في الرقابة التي تنتج من حقوق إتخاذ القرارات، وتأثر الملكية التي تتأتى من تركز الملكية.
٢. مزايا السيطرة الفردية Private Benefits of Control: وهي استخدام الحق في التصويت لإستنفاذ مصادر الشركة أو الإستفادة من مزايا شخصية، سواءً أكانت مادية أم معنوية (ربط إسم المساهم بإسم الشركة). هذه المزايا الفردية (الشخصية) تجعل الحصول على تركز ملكية في الشركة له علاوة تزيد من سعر السهم، وكلما زادت أرباح الشركة كلما قدمت مزايا فردية أكبر.

٣-٥ العلاقة بين الملكية الأجنبية وأداء الشركات

يعتمد تصنيف الملكية الأجنبية، وفقاً لمعيار السيطرة والتحكم على مدى قوة الإشراف على كافة العمليات الإنتاجية والإدارية والتسويقية، المتعلقة بالمشروع الإستثماري من قِبل المستثمر، حيث ينقسم الى نوعين هما:

١. الأستثمار الأجنبي المباشر.

وهو الاستثمار الأجنبي طويل الأجل، الذي يتضمن مصلحة دائمة وسيطرة من كيان مقيم في إقتصاد ما على مشروع مقام في إقتصاد آخر(عبد الغفار، ٢٠٠٢).

٢. الاستثمار الأجنبي غير المباشر.

وهو تملك الأفراد والهيئات والشركات الأجنبية لبعض من الأوراق المالية (الأسهم والسندات) دون ممارسة أي نوع من الرقابة والمشاركة في تنظيم أو إدارة المشروع الإستثماري(أبو قحف ،١٩٩١).

إن الأستثمار الأجنبي بشكل عام، يوفر العديد من الفرص لتحقيق تنمية ثابتة للدول النامية (المتلقية)، والدول المتقدمة (المانحة) على حد سواء، كما تؤّمن منافع كثيرة لإقتصاد الدول المضيفة، مما جعل هذه الدول تتنافس فيما بينها لجذب المستثمرين إليها، وتكمن أهمية الإستثمارات الأجنبية في أنها تسهم بشكل فعّال في تأمين التمويل الضروري للمشاريع الإنتاجية، ونقل التكنولوجيا، والخبرات، وتوفير فرص العمل، وتشجيع القطاع الخاص المحلي، مما يساعد على النهوض في مستوى المعيشة للدول المضيفة، ويحقق عوائد مادية ومعنوية للمستثمرين الأجانب (ناصف، ٢٠٠٧).

وبالتالي فإن أهمية الإستثمارات الأجنبية تسهم بتغطية العجز في المدخرات المحلية اللازمة، خاصة عند عدم قدرة المستثمرين المضيفين الأستثمار في هذه الشركات.

٣-٦ العلاقة بين ملكية المؤسسات وأداء الشركات

تلعب المؤسسات المستثمرة التي تمتلك حصة في الشركات الأخرى دوراً تزداد أهميته في الإشراف والرقابة على إدارة تلك الشركات، كما أن إستثمار المؤسسات المالكة يختلف عن إستثمار الأفراد بما يلي (Lins, 2000):

١. المؤسسات المالكة أكثر كفاءة في الرقابة على أداء الإدارة لتواجدها في السوق وإرتباطها مع تلك الشركات عادةً بروابط عمل.
٢. المؤسسات المالكة أكثر قدرة على الحصول على المعلومات، لإستطاعتها الدخول الى مصادر المعلومات، مما يساعدها في إختيار الأسهم الأكثر ربحية.
٣. هناك إختلاف في نسبة الضريبة التي تتعرض لها المؤسسات المستثمرة عن الأفراد.
٤. المديرون في المؤسسات المالية هم وكلاء عن ملاك تلك المؤسسات التي يمثلونها، وعليه فإن قراراتهم الإستثمارية تتعلق بتأثيرات الوكالة.

كما أن قيام المؤسسات بدورها في الرقابة يختلف بإختلاف سياسة هذه المؤسسات في الإستثمار كما يلي(Bies, 2003):

١. إذا كان إستثمار المؤسسة طويل الأجل، فسوف يكون لها قوة سيطرة واضحة في الشركة، لأن إستثمار هذه المؤسسات في الشركات يكون عادةً كبير الحجم، وهذا يتجسد في إستثمارات صناديق التقاعد وشركات التأمين.
٢. إذا كان إستثمار المؤسسة قصير الأجل، حيث تربط المؤسسة إستثماراتها بمؤشر سوقي معين، بحيث تُعدّل إستثماراتها بشكل مستمر، فسوف تكون إهتماماتها قليلة في الرقابة والسيطرة على الشركات.

٣-٧ العلاقة بين ملكية الإدارة وأداء الشركات

تناولت عدة دراسات العلاقة بين ملكية الإدارة والأداء بدءاً من دراسة (Berle and Means, 1932) التي وجدت بأن معظم الشركات يحكمها المديرون، تلتها عدة دراسات والتي فتحت الباب لمزيد من الدراسات التي اهتمت بالعلاقة بين الأداء وكيفية توزيع الأسهم بين المساهمين.

إلا أن العديد من الدراسات اقترحت أن ملكية الإدارة ليس لها تأثير إيجابي على الأداء، فقد وجدت دراسة (Mc Connell and Servaes, 1990) وجود علاقة غير خطية بين ملكية الإدارة وقيمة الشركة، فعند مستوى منخفض لملكية الإدارة تكون العلاقة موجبة بسبب إتساق المصالح، وعند المستوى المرتفع لملكية الإدارة تكون سالبة بسبب التحفظ، وأن المؤسسات ترتبط إيجابياً بالأداء، وأن فرضية التحفظ للإدارة تكون أصعب كلما زادت ملكية المؤسسات.

٣-٨ مقاييس الأداء المالي

تعتبر المقاييس المالية ضرورية لقياس الأداء ووضع الخطط الإستراتيجية، وهي تشير الى مدى تنفيذ الخطط التي تساعد في زيادة الأرباح للشركة.

ويتم قياس الأداء المالي من خلال عدة مؤشرات منها: العائد على الإستثمار، والعائد على السهم، والعائد على حقوق الملكية، والقيمة الإقتصادية المضافة. وقد تم اختيار العائد على الإستثمار لقياس الأداء المالي في هذه الدراسة، وقد تم اختيار هذا المقياس دون غيره من المقاييس المالية، لأن الشركات تحرص على تشجيع الإستثمار بشكل دائم. فالعائد على الإستثمار من أكثر المؤشرات التحليلية التي تستخدم في تقييم الأداء والتي تهم الإدارة والملاك والمستثمرين والبعض يطلق عليه القدرة الإيرادية (الزبيدي، ٢٠٠٤). وهو عبارة عن صافي الإيراد بعد استبعاد المقتطعات وقبل إستبعاد الفائدة على الديون طويلة الأجل، مقسوماً على صافي الأصول (Kaplan, at al. ,1998) فإذا كانت هذه النسبة منخفضة، فإنها تعكس ضعف إنتاجية إستثمارات الشركة، أما إذا كانت مرتفعة فإنها تعكس كفاءة سياسات الشركة الإستثمارية والتشغيلية، ويتمتع هذا المقياس بعدد من المزايا أهمها (Wheelen, at al. , 2002):

١. يعطي إنطباعاً عن الموضوعية والدقة.
٢. مقياس وحيد وشامل يتأثر بكل شيء حصل خلال السنة.
٣. يقيس كيف أن الأقسام الإدارية استخدمت ملكيات المنشأة لتوليد الأرباح.
٤. يعتبر حافز لاستخدام الأصول بصورة فعالة.
٥. يصلح للمقارنة بين الوحدات المختلفة.
٦. يوفر حافزاًلإمتلاك اصول جديدة عندما تعمل لتحقيق عائد.

والجدير بالإشارة أن العائد على الأصول يمكن حسابه بطريقتين، حيث تمثل الأولى: العائد على الأصول، والثانية: العائد على صافي الأصول.

الفصل الرابع

الدراسات السابقة

٤-١ المقدمة

٤-٢ الدراسات العربية

٤-٣ الدراسات الأجنبية

٤-٤ ما يميز الدراسة

٤-١ المقدمة

نظراً لأهمية المؤثرات المتعددة على الأداء المالي للشركات، فقد وجد الباحث أن العديد من الباحثين والكتّاب الذين تناولوا هذا الموضوع من جوانبه المختلفة، تطرقوا للعلاقة بين هيكل الملكية والأداء المالي من جهة، وبين التجارة الإلكترونية والأداء المالي من جهة أخُرى، فقد تم في هذا الجزء من الدراسة استعراض لأهم الدراسات التي تناولت جميع أو بعض جوانب موضوع الدراسة، حيث تم تقسيم الدراسات الى قسمين، أحدهما خاص بالدراسات العربية، والآخر خاص بالدراسات الأجنبية، والتي تم عرضها من الأحدث الى الأقدم حسب تاريخ نشرها، وبعد ذلك تم عرض ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة.

٤ ٢ الدراسات العربية

٤-٢-١ دراسة (Abu Serdaneh et al., 2010) بعنوان:

"Ownership Structure and Corporate Performance in the Jordanian Manufacturing Companies"

هدفت الدراسة الى إختبار إمكانية أن تؤثر متغيرات هيكل الملكية وبعض المتغيرات الأخرى على أداء (56) شركة صناعية أردنية مدرجة بالسوق المالي لفترة خمسة سنوات (2002 - 2006). وقد خلصت هذه الدراسة الى أن الأداء يتحقق في الشركات التي تكون الملكية فيها مركزة بيد الأقلية (سيطرة عدد قليل من المالكين)، ويزداد الأداء عندما تكون نسبة ملكية الشركات عالية. كما وأظهرت الدراسة أنه لا توجد علاقة بين الربحية ومتغيرات هيكل الملكية المتعلقة بالملكية الأجنبية والإدارية.

ولقد تم التوصل في هذه الدراسة الى نمط هيكل ملكية الشركات الصناعية الاردنية، حيث أظهرت النتائج أن ملكية هذه الشركات أكثر تركيزاً بدل أن تكون موزعة على عدد كبير من المالكين، وأن الملكية الأجنبية كانت ثابتة خلال الخمسة سنوات، بنسبة 14% وكذلك ملكية الشركات بنسبة 28%، كما كانت نسبة الشركات التي يكون مديرها العام أحد أعضاء مجلس الادارة اكثر من 50% .

٤-٢-٢ دراسة (ملكاوي، 2009) بعنوان:

" تحليل محددات هيكل رأس المال "

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على أهم محددات هيكل رأس المال للشركات الصناعية الآردنية المسجلة لدى بورصة عمان، وبيان علاقتها بالرفع المالي، كما وهدفت كذلك لتحديد نسبة الديون لتلك الشركات ومعرفة مدى قدرتها على الإقتراض من الجهات الممولة، حيث تكون مجتمع الدراسة من جميع الشركات الصناعية الأردنية والتي بلغ عددها (82) شركة، أما عينة الدراسة فقد شكلت ما نسبتهُ (26%) من المجتمع بواقع (22) شركة.

حيث توصلت الدراسة الى وجود علاقة إرتباط إيجابية بين كل من حجم الشركة ومعدل النمو من جهة والرفع المالي من جهة اخرى، وعلاقة سلبية بين كل من ربحية الشركة والرفع المالي وعدم وجود علاقة بين تركيب الموجودات والرفع المالي، كما توصلت الدراسة الى نتيجة مفادها أن جميع متغيرات الدراسة ذات تأثير على المتغير التابع (الرفع المالي) بإستثناء متغير التقلب في العوائد، فلم يظهر له أي تأثير يذكر، وخلصت الدراسة الى إستنتاج مفاده أن أهم محددات هيكل رأس المال للشركات الصناعية موضوع الدراسة هي الحجم والربحية والنمو.

٤ ٣ ٣ دراسة (هناندة، 2007) بعنوان :

" أثر هيكل رأس المال على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة الصناعية

في الأردن (1996 - 2006) "

هدفت هذه الدراسة الى تحديد أثر مصادر تمويل هيكل رأس المال على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة الصناعية في الأردن، خلال الفترة ما بين (1996 - 2006)، معتمدةً على البيانات المالية الواردة في التقارير المالية للشركات المساهمة العامة محل الدراسة. حيث تم إختيار العينة من أصل مجتمع الدراسة البالغ (88) شركة عامة صناعية مدرجة في عام (2006) حيث اشتملت عينة الدراسة على (48) شركة أي ما نسبته 51% من مجتمع الدراسة.

توصلت الدراسة الى أن التمويل بالملكية له أثر طردي، فكلما زاد التمويل بالملكية زادت نسب الاداء المالي لهذه الشركات، وأن التمويل بالقروض طويلة الاجل له أثر عكسي، فكلما زاد التمويل بالقروض طويلة الأجل إنخفضت نسب الاداء المالي لهذه الشركات، وكذلك تبين بأن التمويل باسهم رأس المال له أثر عكسي، فكلما زاد التمويل بالآسهم إنخفضت نسب الاداء

المالي لهذه الشركات، وأن التمويل بالأرباح المحتجزة له أثر طردي، فكلما زاد التمويل بالأرباح المحتجزة زادت نسب الاداء المالي لهذه الشركات، وتبين أن هناك أثار إيجابية لكل من عمر الشركة وحجم مبيعاتها على مؤشرات الربحية فيها.

٤ ٢ ٤ دراسة (ناصف ، 2007) بعنوان :

" قياس أثر هيكل الملكية على أداء الشركات باستخدام مؤشرات محاسبية وسوقية،

دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان"

هدفت هذه الدراسة الى تقديم دليل تطبيقي فيما يخص البيئة الأردنية، عن طريق قياس أثر هيكل الملكية (ملكية للدولة أو القطاع الخاص، ملكية أجنبية أو محلية) على الأداء، ولهذا استخدم الباحث أربع مؤشرات أداء محاسبية وهي على التوالي العائد على الاصول ROA، العائدعلى الملكية ROE، العائد على المبيعات ROS ومعدل حصة ربحية السهم EPS، بالإضافة الى مؤشرين للأداء السوقي وهما على التوالي العائد السوقي للسهم SR ونسبة فرص نمو الشركة TQ، حيث شملت عينة الدراسة 57 شركة مساهمة عامة اردنية مدرجة ضمن السوقين الاول والثاني في بورصة عمان خلال الفترة (1993−2004).

ولقد اشارت النتائج الى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة ملكية الدولة ومؤشرات الأداء المحاسبية والسوقية، بإستثناء العلاقة الطردية مع العائد على الأصول لجميع شركات العينة، والعلاقة العكسية مع نفس المؤشر في الإختبار الخاص بالشركات المالية، كما بينت النتائج الى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملكية الاجنبية ومؤشرات الأداء المحاسبية والسوقية، باستثناء العلاقة الطردية في الاختبار الخاص بالشركات المساهمة العامة الخدمية مع جميع مؤشرات الأداء المحاسبية والسوقية، فيما عدا نسبة فرص نمو الشركة TQ.

٤ ٢ ٥ دراسة (الحنبلي، 2007) بعنوان:

" العلاقة بين هيكل الملكية وبين أداء الشركات وقيمتها واختيارات هيكل رأس المال في الشركات الأردنية غير المالية المدرجة في سوق عمان المالي للفترة بين 1999 الى 2003"

هدفت هذه الدراسة للتعرف على العلاقة بين مكونات هيكل الملكية وبين أداء الشركات الأردنية غير المالية المدرجة في سوق عمان المالي، وكذلك للتعرف على العلاقة بين مكونات هيكل الملكية وبين اختيارات هيكل رأس المال في تلك الشركات، وقد شملت الدراسة (55) شركة

صناعية و (40) شركة خدمية غير مالية وهو ما يمثل (66%) من عدد الشركات الصناعية والخدمية المدرجة في سوق عمان المالي.

وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج هذه أهمها:

أ - لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأداء بين المستويين المنخفض والمرتفع لملكية الإدارة، كما لا يوجد علاقة خطية ذات دلالة إحصائية بين نسبة ملكية الإدارة وبين أداء الشركات الاردنية عند المستوى المرتفع لملكية الادارة.

ب - هناك دليل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداء بين المستويين المنخفض والمرتفع لتركز الملكية الخارجية.

ج - هناك دليل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في الأداء السوقي بين المستويين المنخفض والمرتفع لملكية المؤسسات غير المالية.

د - لا يوجد دليل على تحقق فرضية النمو من الداخل لهيكل الملكية في الشركات الاردنية.

ه - لايوجد تفاعل بين نسبة ملكية الإدارة ونسبة تركز الملكية الخارجية في التأثير على نسبة الدّين في الشركات الاردنية عند المستوى المرتفع لملكية الإدارة.

٤-٢-٦ دراسة (التهتموني، 2005) بعنوان:

" أثر محددات هيكل رأس المال على عائد وقيمة الشركات "

دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية والخدمية المدرجة في بورصة عمان

هدفت هذه الدراسة لبحث العلاقة بين محددات (المصادر المؤثرة على استخدام) هيكل رأس المال وبين عائد وقيمة الشركات الصناعية والخدمية في الأردن، وذلك بوجود متغير وسيط هو نسبة الدّين (باعتبار الدّين أقل مصادر التمويل كلفة). وقد تم استخدام نموذجين لذلك، الاول لقياس علاقة محددات هيكل رأس المال بالعائد والمقاس بهامش الربح، بوجود المتغير الوسيط، والثاني لقياس علاقة محددات هيكل رأس المال بالقيمة، المقاسة بالقيمة السوقية للسهم الى قيمته الدفترية، وتكونت عينة الدراسة من 43 شركة مساهمة عامة اردنية مدرجة في بورصة عمان، تنتمي الى القطاعات الصناعية والخدمية ، للفترة بين عامي (1993−2002).

ولقد خلصت الدراسة لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض محددات هيكل رأس المال والعائد بوجود نسبة الدين كمتغير وسيط، كذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض محددات هيكل رأس المال والقيمة بوجود نسبة الدين كمتغير وسيط أيضاً.

وعندما تم تحليل كل قطاع بمعزل عن الآخر، تغيرت بعض العلاقات من حيث الاتجاه والقوة لكل قطاع، مما يدل على وجود اختلاف في علاقة محددات هيكل رأس المال بالعائد، وكذلك على وجود إختلاف في علاقة محددات هيكل رأس المال بالقيمة بإختلاف القطاع الذي تنتمي إليه الشركة.

٤ ٢ ٧ دراسة (علاونة، 2005) بعنوان:

" مدى تأثير الأستثمار في تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للاوراق المالية "

دراسة مقارنة لمقاييس الأداء المحاسبية والسوقية باستخدام نموذج Tobin's Q

هدفت هذه الدراسة الى إختبار أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي للشركات، وذلك وفقاً لمقاييس الأداء المحاسبية التقليدية (العائد على الاصول ROA، العائدعلى الملكية ROE، العائد على المبيعات ROS) من جهة، والقيمة السوقية التي تم إحتسابها وفقاً لنموذج (Tobin's Q) من جهة أُخرى، ومعرفة أيهم أكثر إرتباطاً بالإستثمار في تكنولوجيا المعلومات، ولقد تم إختيار عينة الدراسة من الشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية، وبلغ عددها (16) شركة بعد تحقيقها لشروط معينة خلال فترة الدراسة (1998−2003).

وتوصلت الدراسة الى عدم وجود أثر للإستثمار في تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي للشركة، وفقاً لمقاييس الأداء المحاسبية التقليدية (العائد على الاصول ROA، العائدعلى الملكية ROE، العائد على المبيعات ROS) وذلك بشكل سنوي. كما وتوصلت الدراسة الى عدم وجود أثر للإستثمار في تكنولوجيا المعلومات على القيمة السوقية للشركة والتي تم قياسها وفقاً لنموذج (Tobin's Q) على البيانات المتوفرة بشكل سنوي.

٤ ٢ ٨ دراسة (عباد، 2005) بعنوان :

" أثر هيكل رأس المال على ربحية وقيمة الشركات "

هدفت هذه الدراسة لبيان كيف يتخذ المدراء قراراتهم المتعلقة بهيكل رأس المال، بمعنى هل يستخدم الدّين لزيادة ارباح الشركة أم لرفع قيمتها. ولقد اشتمل مجتمع الدراسة جميع الشركات الصناعية الاردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان للفترة بين (1991 – 2000)، وقد تمثلت عينة الدراسة من 25 شركة والتي توفرت بها شروط خاصة لضمان قياس متغيرات الدراسة.

ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث ببناء نموذجين: الاول لفحص العلاقة بين ربحية الشركة وهيكل رأس المال، والذي توصل الباحث فيه الى وجود علاقة سالبة وذات دلالة إحصائية بين ربحية الشركة وبين هيكل رأس المال، بمعنى أنه بزيادة الدّين تقل أرباح الشركة، ويعزى ذلك الى أن تكلفة الدّين أعلى من الارباح المتحققة من استخداماته في إستثمارات الشركة، أو أن على الشركات استخدام التمويل الذاتي لإستثماراتها، حيث يعتبر ذلك أكثر ربحاً لها. وأما النموذج الثاني فقد تم بناءه لفحص العلاقة بين قيمة الشركة وهيكل رأس المال، إذ توصل الباحث الى وجود علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرين، بمعنى أن زيادة الدّين يرفع من قيمة الشركة.

٤ ٢ ٩ دراسة (حامد، 2004) بعنوان:

" قضايا وتحديات التجارة الإلكترونية في الأردن "

وقد هدفت هذه الدراسة الى معرفة واقع التجارة الإلكترونية في الأردن، من حيث: البيئة العامة والبنية التحتية للتجارة الإلكترونية في الأردن، بالإضافة الى دراسة الجاهزية الإلكترونية واهم تطبيقات التجارة الإلكترونية محلياً، وذلك من خلال: البنية التحتية للاتصالات، والموارد البشرية، والامن والحماية والتشريعات القانونية، ووسائل الدفع الإلكتروني، والاسواق والعمليات الإلكترونية، والوعي وثقافة الإنترنت، ودور القطاعات المختلفة وخصوصا القطاع العام (الحكومي). وتكونت عينة الدراسة من 92 شركة صغيرة ومتوسطة وكبيرة الحجم، من الشركات الأردنية، حيث قام الباحث بإختيارها بطريقة عشوائية من خمسمائة شركة عن طريق سحب عينة من وزارة التخطيط. وقام الباحث بتوزيع 120 إستبانة استرد منها الباحث 100 استبانة، تبين 92 منها صالحة لأغراض التحليل شكلت عينة الدراسة.

ومن أهم النتائج التي خلصت لها هذه الدراسة، أن العمود الفقري للتجارة الإلكترونية هو توفر أنظمة دفع إلكترونية شاملة.

٤ ـ ٢ ـ ١ دراسة (عواد، 2003) بعنوان:

" تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الاردنية"

هدفت هذه الدراسة الى تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية من قبل الشركات الاردنية. وقد حددت هذه الدراسة العوامل الرئيسة لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية وهي : الحوافز المدركة والمعوقات المدركة والمنافع المدركة، وقد إقترحت الدراسة نموذجاً لإختبار العلاقات بين مستوى تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الاردنية وهذه العوامل الثلاث. وقد إعتمدت الدراسة على البيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة التي تم توزيعها على(116) شركة تمثل كافة القطاعات.

وقد أشارت النتائج الرئيسة لهذه الدراسة الى أن مستوى تطبيقات التجارة الإلكترونية المستخدمة من قبل الشركات الأردنية كان بشكل عام متدنيا. وقد كانت التطبيقات الرئيسة التى تستخدمها الشركات الاردنية تتمثل في الترويج للشركة ومنتجاتها فقط، أما مستويات تبني التجارة الإلكترونية التي تستهدف تقييم خدمات وعقد الصفقات الإلكترونية فقد كانت منخفضة جداً. كذلك أشارت نتائج الدراسة الى أن مستوى تطبيقات التجارة الإلكترونية المستخدمة من قبل الشركات الأردنية كانت مرتبطة بالحوافز المدركة (تحديدا دور الحكومة ومزودوا خدمات التجارة الإلكترونية في تشجيع الشركات على تبني هذه التطبيقات)، وبالمعوقات المدركة (تحديداً المعوقات التنظيمية والمالية والبيئية والسلوكية والقانونية) وكذلك بالمنافع المدركة (تحديداً المنافع المباشرة والمنافع الاجتماعية). كما أشارت الدراسة الى وجود إختلافات من حيث تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في حجم الشركة والقطاع الذي تنتمي اليه، وكذلك في الجهة المسؤولة عن دعم تكنولوجيا المعلومات وتوافر برامج تدريب على تكنولوجيا المعلومات.

٤ ـ ٢ ـ ١ دراسة (العموش، 2003) بعنوان:

" أثر التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد: دراسة حالة على بعض الشركات الصناعية في الاردن "

هدفت الدراسة الى ايجاد أثر التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد وما يتضمنه ذلك من ادارة علاقاتها مع أعضاء هذه السلسلة كالموردين والوسطاء والزبائن. وقد القت الدراسة

الضوء على الجوانب المختلفة للتجارة الإلكترونية من حيث مفهومها وأهميتها والتحديات التي تواجهها والبنية التحتية اللازمة لها، والتعرف على مفهوم إدارة سلسلة التوريد. ولقد تكوّن مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية الأردنية التي تمتلك مواقع تجارية على شبكة الإنترنت، والبالغ عددها آنذاك 62 شركة، واجريت الدراسة على 5 شركات صناعية، على اعتبار ان مواقع هذه الشركات تتضمن بالإضافة الى البريد الإلكتروني، نماذج إلكترونية خاصة للتفاعل مع الزبائن ، مما يعزز من إمكانية التسويق وإدارة علاقات الزبائن إلكترونياً عبر شبكة الإنترنت.

وقد أشارت النتائج الرئيسة لهذه الدراسة الى وجود تأثير إيجابي لتطبيقات التجارة الإلكترونية باستخدام شبكة المواقع الدولية ("Web Wide World "WWW) والمتمثلة بجمع المعلومات مع الموردين، وشراء المواد الاولية، ومتابعة عملية نقلها وتخزينها، وجمع المعلومات والمراسلات الداخلية وحفظها وتبادلها إلكترونياً على إدارة سلسلة التوريد. وكذلك في جمع المعلومات عن السوق والصناعة، بما يتضمن من معلومات عن المنافسين واستخدام الموقع التجاري للشركات محل الدراسة في الترويج لمنتجاتها وتبادل المعلومات مع الوسطاء حول ظروف السوق وتغير الاسعار وطلبيات الزبائن إلكترونياً على نشاطات التسويق.

٤ ٢ ١٢ دراسة (مجموعة المرشدين العرب، Arab Advisors Group, 2003) بعنوان :

" واقع استخدام التجارة الإلكترونية في الاردن "

تعتبر هذه الدراسة ذات الطبيعة الوصفية، حيث هدفت الى إلقاء الضوء على واقع استخدام التجارة الإلكترونية في الاردن. وقد شملت الدراسة (247) شركة تغطي قطاعات مختلفة من الاقتصاد. وقد أشارت النتائج الى وجود تفاوت كبير بين الشركات من حيث تبني التكنولوجيا، كما أن هناك تفاوتاً بين الشركات من حيث استخدام وإمتلاك موقع على الشبكة. كما أشارت الدراسة الى أن (22.3%) من الشركات الاردنية الصغيرة والمتوسطة الحجم لا تمتلك أجهزة كمبيوتر شخصية. كما أشارت الدراسة الى أن 66% من الشركات تستخدم شبكة الإنترنت، بينما وصلت هذه النسبة الى(85%) للشركات التي تمتلك أجهزة كمبيوتر شخصية. كما أن (58.2%) من الشركات التي تستخدم الإنترنت بدأت باستخدام هذه الشبكة قبل ثلاث سنوات من إجراء الدراسة. كما أن أكثر من 25% من الشركات الاردنية تمتلك موقعاً على الإنترنت.

٤ ٣ الدراسات الاجنبية

٤-٣-١ دراسة (Perrini, and Rovetta , 2008) بعنوان:

"Does Ownership Structure Affect Performance?"

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن العلاقة بين هيكل الملكية وأداء الشركات في سوق رأس المال الأوروبية للشركات الصغيرة. وهدفت كذلك الى إضافة كتابة علمية جديدة، وشملت هذه الدراسة شركات الأعمال الايطالية الصغيرة، باستخدام البيانات المالية للفترة من ٢٠٠٠– ٢٠٠٣.

وخلصت الدراسة من خلال التحليلات التي تم التوصل اليها، بإن الشركات التي فيها تركز للملكية بيد المساهمين الخمسة الكبار هو ذا فائدة لأداء الشركة، والعكس بالنسبة للشركات التي تركز لمجلس الإدارة، مما يوحي بأن الملاك قد يستخدموا السيطرة للخروج بمنافع خاصة لهم على حساب المساهمين من خلال تعين مديرين يعملوا لمصالحهم.

هذه الدراسة تساهم في النقاش الذي جرى مؤخرا على آثار اللوائح الحكومية المستوحاة من النموذج الأنغلو ساكسون حوكمة الشركات في الدول الأوروبية الصغيرة. للتشكيك في التفوق المزعوم للتنافسية للشركة التي عقدت على نطاق واسع، وتشير الدراسة أيضا الى أن وجود قوانين الشركات الجيدة ليست شرطا كافيا لتنمية اقتصاد الشركات التي تشابه النموذج الأميركي.

٤-٣-٢ دراسة (Robertson, 2008) بعنوان:

"Critical Success Factors for Service-Oriented Small Businesses In the E-Commerce Environment"

هدفت هذه الدراسة لتحليل عوامل النجاحِ للخدمات الموجهة للاعمال الصغيرة فيى بيئة التجارة الإلكترونية، وذلك في شركات الخدمات الموجودة في ولاية فلوريدا الامريكية، وشملت هذه الدراسة (146) شركة أعمال صغيرةِ.

وخلصت الدراسة من خلال التحليلات التي تم التوصل اليها، بإن تقوم هذه الشركات بزيادة خبرة موظفيها العاملين على أجهزة الحاسوب، ومواكبة العمل على النظم المحاسبية المتطورة التي تتناسب والعمل مع التجارة الإلكترونية عبر الإنترنت، وكذلك القيام بتوظيف الاشخاص المدربين

للعمل على ممارسة التجارة الإلكترونية، وإيجاد البنية التحتية المناسبة والعصرية، لممارسة تلك التجارة.

٤-٣-٣ دراسة (Coleman, 2007) بعنوان:

"The Impact of Capital Structure on the Performance of Microfinance Institutions"

تهدف هذه الدراسة لمعرفة العلاقة بين هيكل الملكية وأداء مؤسسات التمويل الصغيرة. وتم تحليل البيانات المالية لفترة عشرة سنوات (١٩٩٥-٢٠٠٤)، باستخدام تقنيات التحليل الثابتة والتأثيرات العشوائية.

وخلصت الدراسة الى أن معظم مؤسسات التمويل الصغيرة تحقق إيرادات عالية، وتمول عملياتها بالديون طويلة الاجل. وكذلك فإن هذه المؤسسات عالية الاستدانة تحقق أداء أفضل من خلال الوصول الى عدد أكبر من الزبائن، والتمتع بوفورات الحجم، وبالتالي أكثر قدرة على التعامل مع المخاطر الأخلاقية وسوء الاختيار، وتعزيز قدرتها على التعامل مع المخاطر. وهذه هي أول دراسة من نوعها في هذا القطاع ، لا سيما داخل منطقة أفريقيا جنوب الصحراء.

٤-٣-٤ دراسة (Thatcher and Foster , 2002) بعنوان:
"B2B E-Commerce Adoption Decisions in Taiwan"

هدفت هذه الدراسة الى الكشف عن العوامل المؤثرة في تبني تطبيقات التجارة الإلكترونية من قبل الشركات في تايون، وذلك من خلال الاعتماد على البيانات التي تم جمعها من خلال إجراء المقابلات مع مجموعة من مديري أنظمة المعلومات في الشركات والتي بلغ عددها (20) مقابلة، وقد أشارت النتائج الى وجود تأثير قوي للعوامل التنظيمية (الجاهزية التنظيمية، وحجم الشركة ودعم الادارة العليا) والعوامل الحكومية (سياسات التنمية البشرية والتدخل الحكومي من خلال الدعم والبرامج التعليمية)، أما العوامل الثقافية فكانت بمثابة متغير وسيط يسهل تأثير السياسات الحكومية وضغوط الصناعة.

٤-٣-٥ دراسة (Muka, 2001) بعنوان:
"Extent Dependence E-Commerce as an Inclusive Strategy"

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى إعتماد التجارة الإلكترونية كاستراتيجية شاملة في الشركات الكبرى في نيويورك، وشملت هذه الدراسة أكثر من (300) شركة كبرى؛ ودلت على أن المدراء الرئيسيين لا زالوا غير قادرين على التعامل مع التجارة الإلكترونية كأداةً إستراتيجيةً؛ كما أن قلة من هذه الشركات استطاعت تطوير إستراتيجة شاملة بالتعاون والتنسيق مع شركائها من الموردين والوسطاء والزبائن لتنفيذها وإدارتها. وقد توصلت هذه الدراسة الى أن العاملين في هذه الشركات ما زالوا يفتقرون الى الأدبيات الإلكترونية والمهارات اللازمة للتعامل معها. وقد وجدت الدراسة أن هناك إعتماداً من قبل هذه الشركات على أحدث التكنولوجيا، ولكن دون فهم واضح لآلية وضعها في خدمة أهداف الشركة وإستغلالها في إدارة علاقاتها مع شركائها في إطار التطبيق. وحتى عندما يمتلك المسؤولون العديد من سنوات الخبرة في هذا المجال فإن القليل منهم يمتلك القدرة على توظيف مهارات الإنترنت لخدمة أهداف الشركة.

وقد دلت الدراسة على أن الهياكل التنظيمية التقليدية من المعيقات الرئيسة لتطبيق التجارة الإلكترونية والتي تبطئ من عملية إتخاذ القرارات وذلك لاستمرارها بالمرور في العديد من المستويات الإدارية. كما تلعب الثقافة التنظيمية أيضاً دوراً مهماً في إعاقة التجارة الإلكترونية، حيث يسعى العاملون الى حماية أنفسهم ووظائفهم بسبب خوفهم من أن طريقة تغير العمل والدخول الى العالم الإلكتروني يشكل تهديداً لهم يسبب بطءًا في عملية التغيير.

٤-٤ ميزات الدراسة

تتميز الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بالأمور التالية:

١. الاختلاف من حيث دراسة متغيرات جديدة لم يتم دراستها في الدراسات السابقة المحلية، والمتمثلة بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الأداء المالي.
٢. البحث في العلاقة الثلاثية بين هيكل الملكية، ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية، والمتغيرات المالية على الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية.

الفصل الخامس

منهجية الدراسة

٥-١ المقدمة

٥-٢ مجتمع وعينة الدراسة

٥-٣ مصادر وأدوات جمع بيانات الدراسة

٥-٤ تصميم وتطوير أداة جمع البيانات

٥-٥ متغيرات الدراسة والفرضيات

٥-٦ نموذج الدراسة

٥-٧ الأساليب الإحصائية المستخدمة

٥-١ المقدمة

بعدما قام الباحث بالإطلاع على أهم ما جاء في الأدبيات السابقة ذات العلاقة بهذه الدراسة، والأخذ بنقاط القوة فيها، وإهمال نقاط الضعف، ومحاولة تفادي بعض الأخطاء التي كانت في تلك الأدبيات، للخروج بدراسة منطقية وسليمة من الناحيتين، النظرية والتطبيقية، فقد قامت هذه الدراسة على البحث في اثر هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الاداء المالي، لتكون إن قدر الله لها لبِنةً في صرح العلم لتعم الفائدة.

ومن هنا فإن منهجية هذه الدراسة تتلخص في توضيح كل من: مجتمع وعينة الدراسة، ومصادر وأدوات جمع بياناتها، وتصميم وتطوير أداة جمع بياناتها، ومتغيرات الدراسة وفرضياتها، ونموذج الدراسة. بالإضافة الى عرض الاساليب الاحصائية المستخدمة في الدراسة، والتي سيتم بيانها وتفصيلها بإذن الله.

٥-٢ مجتمع وعينة الدراسة

يتمثل مجتمع هذه الدراسة وعينتها في الشركات الاردنية المساهمة العامة المدرجة في سوق عمان للاوراق المالية للعام (٢٠١١)، وللقطاع الصناعي فقط، لإعتقاد الباحث أنه القطاع الأكثر ملاءمةً لإجراء الدراسة.

تم توزيع أداة الدراسة على مجتمع الدراسة من الشركات الصناعية الأردنية ، والبالغ عددها (٧٤) شركة، بمقدار إستبانة لكل شركة، والتي إستُهدف فيها المدير المالي أو من ينوب عنه في الأقسام الإدارية، وقد إستُرد منها (٦٧) إستبانة، بدرجة إستجابة بلغت (٩١%)، ولم يتم إستبعاد أي منها، والجدول رقم: (٥-١) التالي يبين ذلك.

الجدول رقم (٥-١): عدد الإستبانات الموزعة والمستردة

البيـــــــــــــان	العدد	النسبة المئوية (%)
الموزع	٧٤	%١٠٠
المسترد (درجة الإستجابة)	٦٧	%٩١
المستبعد	٠	٠
المستخدم في التحليل	**٦٧**	**%٩١**

٥-٣ مصادر وأدوات جمع بيانات الدراسة

كون هذه الدراسة تقوم عن الكشف عن أثر هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية، فقد تم جمع البيانات من خلال المصادر التالية:

١. المصادر الثانوية: وتتمثل بالكتب والدوريات المتوفرة في المكتبات المكانية وقواعد البيانات.
٢. المصادر الإلكترونية: وتتمثل بالاطلاع على المواقع التجارية للشركات محل الدراسة.
٣. المصادر الاولية: من خلال تصميم استبانة لتغطية الجزء الميداني للدراسة ، لتكون الأداة الرئيسة لجمع البيانات من الشركات الصناعية الاردنية بالإضافة للبيانات المنشورة لتلك الشركات .
٤. التقارير والقوائم المالية المنشورة للشركات الأردنية الصناعية، موضوع البحث للعام (٢٠١٠).

٥-٤ تصميم وتطوير أداة جمع البيانات (الإستبانة)

تم العمل على تصميم إستبانة لهذه الدراسة، لتتلاءم وقياس مدى تطبيق التجارة الإلكترونية للشركات محل الدراسة كأحد متغيراتها المستقلة، وذلك بعد الرجوع للأدبيات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة كدراسة (عواد، ٢٠٠٣)، ودراسة (مطاحن، ٢٠٠٩)، ودراسة (ناعسة، ٢٠٠٧). والجدير بالذكر أن الإستبانة قد مرت بعدة مراحل قبل توزيعها على كامل عينة الدراسة، حيث تم توزيعها في البداية على عدد محدود كدراسة إستكشافية، ثم تم أخذ الملاحظات حول الأسئلة ومدى وضوحها، التي انعكست على زيادة وضوح وتراسل أسئلة الإستبانة. وإشتملت الاستبانة على قسمين رئيسين:

الأول حول المعلومات الديموغرافية والعامة، حيث اشتمل هذا القسم على بنود تقيس بعض الخصائص العامة للمستجيبين، كالعمر، والجنس، والوظيفة، والمستوى العلمي، والتخصص بالإضافة الى عدد سنوات الخبرة. واشتمل القسم **الثاني** من الإستبانة على العديد من الأسئلة (٢٥ سؤال) التي استخدمت لقياس وإختبار الفرضية العدمية الثانية موضوع الدراسة، والتي تنص على أنه "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٥ متغيرات الدراسة والفرضيات

٥-٥-١ متغيرات الدراسة

٥-٥-١-١ المتغير المتعلق بهيكل الملكية كمتغير مستقل والمتفرع منه الأتي:

أ -**تركز الملكية:** فقد تم قياس هذا المتغير باللجوء الى جمع نسبة حصص من يملكون أكثر من ٥% من أسهم الشركة، باعتبار أنه كلما زاد عدد المساهمين الذين يملكون ٥% فأكثر من الأسهم يزداد تركز الملكية في عدد أقل من المساهمين، وهي النسبة المعتمدة في كثير من الدراسات السابقة والتي تم الحصول على بياناتها من التقرير السنوي.

ب -**الملكية الأجنبية:** إنه وحسب ما ورد في بعض الأدبيات السابقة (مثل دراسة ناصف، ٢٠٠٧ ;Kumar, 2003) فمن المتوقع أن يكون للمستثمرين غير الاردنيين (عرب وأجانب) الخبرة في الأسواق العربية والعالمية، وحتى تستطيع الشركات المنافسة في الحصول على الأسهم الأجنبية والاحتفاظ بمساهميها الأجانب الحاليين، تحتاج الى أن تزيد من مستوى انتشار شركاتها انتشاراً عالمياً، قد تكون ممارسة التجارة الإلكترونية أحد أهم تلك السبل. وقد تم قياس نسبة الملكية الأجنبية بما يملكه المساهمون من غير الأردنيين في أسهم الشركة.

ج -**ملكية المؤسسات:** والتي تم قياسها بحساب ما يملكه المساهمون من غير الأفراد (بغض النظر عن جنسيتهم) في أسهم الشركة محل الدراسة.

د -**ملكية الإدارة:** وهي نسبة الملكية التي يُمثلها المديرين الداخليين في الشركة، ولأن هؤلاء المديرين لديهم التأثير في اتخاذ القرار المناسب، والذي يتلاءم مع نمو وإزدهار الشركة، وزيادة أرباحها، وإدخال كل ما هو جديد عليها وذا جدوى إقتصادية. وقد تم قياسها بمعرفة هل المدير عضو في مجلس الإدارة، فإن كان عضواً ويمتلك حصة في أسهم الشركة في نفس الوقت اعطي الرمز(١)، وإن لم يكن كذلك أُعطي الرمز(٠).

٥-١-٢ المتغير المستقل المتعلق بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات محل الدراسة.

تم قياس هذا المتغير من واقع أداة الدراسة (الاستبانة) المبينة بالملحق رقم (١)، والتي تم فيها إعتماد مقياس ليكرت (Likert Scale) لتحديد وقياس مدى تطبيق التجارة الإلكترونية المستخدمة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة، والمكون من خمس درجات وكما هو موضح بالجدول رقم (٥-٢) التالي:

الجدول رقم (٥-٢): مقياس ليكرت لتحديد مدى التطبيق

الدرجة	مدى التطبيق
1	معدوم
2	نادراً
3	احياناً
4	غالباً
5	دائماً

٥-١-٣ المتغيرالمستقل المتعلق بالمتغيرات المالية التالية:

أ -**الحجــم**: والذي تم قياسه بمجموع الأصول للشركة في السنة المالية محل الدراسة.
وأشارت العديد من الدراسات الى أن المنشآت الكبيرة تتجه الى التنويع في أعمالها، والذي يؤدي الى التقليل من مخاطر الإفلاس، والى تقليل تكاليفها المقترنة، بالإعتماد على الدين. بالإضافة الى ذلك، توفر المنشآت الكبيرة معلومات مالية أوضح وأشمل للمقرضين، مقارنة مع ما توفره المنشآت الصغيرة، وبالتالي فإن العلاقة ما بين حجم المنشأة ونسبة الدين هي علاقة طردية (التهتموني، ٢٠٠٥ ;Titman, 1988).
ويعكس الحجم قوة الشركة في السوق، لذلك يفترض أن يكون له تأثير إيجابي على أداء الشركة.

ب -**الرفع المالي**: أي إعتماد الشركة على تمويل اصولها بالدين، وتم قياسه من خلال المعادلة التالية:

نسبة المديونية = إجمالي الإلتزامات / إجمالي الأصول

ويقال أن الشركة قد تاجرت على ملكيتها، أي أُستخدم القليل من اموال الملكية في جذب الكثير من أموال الإقتراض، وسميت بالرافعة لكونها ترفع من ربحية الشركة (مصدر رخيص للتمويل) (ملكاوي ٢٠٠٩).

ج - **الأرباح المحتجزة:** وقد تم قياسه بالإعتماد على رقم الارباح المحتجزة من قائمة المركز المالي للشركة.

٥-٥-١-٤ المتغيرالتابع المتعلق بالأداء المالي للشركات.

تم تجميع القوائم المالية للشركات الصناعية التي تم إختيارها من مجتمع الدراسة، وعددها (٦٧) شركة، والتي قامت بالإستجابة لأداة الدراسة الأولى (الإستبانة)، وتم قياس الأداء المالي لتلك الشركات بنسبة العائد على الإستثمار، ومن خلال المعادلة التالية:

نسبة العائد على الإستثمار = صافي الربح بعد الضريبة / إجمالي الأصول

٥-٥-٢ مبررات اختيار متغيرات الدراسة المستقلة

سيتم في هذا الجزء من الفصل بيان سبب واهمية اختيار كل متغير من المتغيرات المستقلة التي بُنيت عليها فرضيات الدراسة للوصول للاهداف المرجوة من الدراسة.

٥-٥-٢-١ متغيرات هيكل الملكية

كثير من الدراسات السابقة استخدمت بُعد واحد او بعدين في هيكل الملكية مثل دراسة (هناندة، ٢٠٠٧)، والذي قد يكون احد اسباب وجود النتائج المتضاربة فيه. هذه الدراسة تبين الابعاد المتعددة لهيكل الملكية والتالية هي تلك الابعاد:

١. تركز الملكية Concentration Ownership

تركز الملكية يقيس تشتت الملكية على كل او بعض المساهمين. ان مشكلة تخفيض الملكية في عقد الشركات العامة نتج عن توزع الملكية على عدد كبير من المساهمين الذي يقلل المراقبة على الادارة (Morck et al., 1988).

كثير من الدراسات السابقة التي درست العلاقة بين تركز الملكية وبين الاداء المالي في الشركات وجدت تناقض في النتائج؛ فعلى سبيل المثال وجدت بعض الدراسات ان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية جيدة بين تركز الملكية وبين الاداء مثل (Joh, 2002; Severin, 2001; Xu and Wang, 1997) وبالمقابل لم تجد دراسات اخرى نفس تلك العلاقة مثل (Kumar, 2003; Rowe and Davidson, 2002; Demsetz and Villalonga, 1999).

في هذه الدراسة يقيس تركز الملكية هل هناك علاقة بينه وبن الاداء المالي في الشركات الصناعية، والتي استخدم لقياسها نسبة عائد ملكية كبار المساهمين الذين يملكون ٥% من اسهم الشركة او اكثر. لإختبار هذه العلاقة تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تركز الملكية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٢. الملكية الاجنبية Foreign Ownership

المستثمرون الاجانب يستثمرون اموالهم في الشركات التي تحقق ارباح، مستخدمين التحليلات المتطورة المحنكة المسبقة لاستثماراتهم. وفي زيادة نسبة ما يمتلكه المستثمرون الاجانب من اسهم الشركة يتوقع ان يزيد مستوى الاداء (Sarac,2002). إن الزيادة في الاستثمار الاجنبي يزيد من ميزات استخدام الوسائل التكنولوجية والتي تسمح للشركات بأن تكون اكثر فعالية من الشركات الوطنية (Caves, 1996; Kumar, 2003).

الدراسات السابقة التي فحصت اثر الملكية الاجنبية على الاداء كانت نتائجها مختلفة، (Kumar, 2003; Sarac, 2002) لم يجدوا اي علاقة بين الملكية الاجنبية وبين الاداء المالي، ولكن في دراسات اخرى مثل دراسة (Sarker and Sarker, 2000; Patibandla, 2002) كان هناك علاقة. لإختبار هذه العلاقة تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملكية الاجنبية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٣. ملكية المؤسسات Institutionnal Ownership

إن ملكية المؤسسات متصلة بجزء من رأس المال المملوك من المؤسسات الإستثمارية، وحسب وصف (Fama,1980; Severin, 2001; Sarac, 2002) فانه يجب ان يكون له تأثير ذو فائدة على الاداء، فقد وجد (Wan, 1999) ان هناك علاقة موجبة ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسات وبين الاداء المالي. لإختبار هذه العلاقة تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسات وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٤. ملكية الادارة Management Ownership

هذا المتغير والمتغير المتعلق بتركز الملكية يؤثران على مشكلة الوكالة، التي احدثت جدل في الادبيات في اثر وميزة إنفصال الملاك عن السيطرة في الشركات، فعندما تكون السيطرة بيد الادارة فإن المدراء يقوموا بتشغيل الشركة لمصالحهم المادية، بينما في محيط سيطرة الملاك؛ يتوقع من المدراء ان يعملوا لفائدة الملاك الخارجيين (Abu Serdaneh et al., 2010).

الدراسات السابقة التي اخذت بعين الاعتبار تأثير المدراء غير المالكين والمدراء المالكين في الشركات على الاداء وجدوا تضارب في النتائج. غير ان كثير من الدراسات وجدت علاقة بين ملكية الادارة وبين الاداء مثل (Severin,2001; Kumar,2003; lang and So, 2002). لإختبار هذه العلاقة تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية الأدارة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٢-٢-٥-٥ متغير مدى تطبيق التجارة الإلكترونية

إن القضايا المتعلّقةُ بالتجارة الإلكترونية في نمو مستمر والكثير من الشركات تقوم بتطوير مواقع لها على شبكة الإنترنت. هذا التطور السريع فتح المجال أمام دول العالم في التنافس لتسويق منتجاتها وخاصة الدول النامية، التي تسعى جاهدة لتحقيق التقدم في رفع معدلات النمو الاقتصادي ورفع الكفاءة الإنتاجية وذلك عن طريق خلق أسواق جديدة على شبكة الإنترنت (الاسواق الإلكترونية)، لتحقق مزيداً من الإيرادات لم يكن من الممكن تحقيقها في ظل التجارة التقليدية.

وبالتالي فإنّ مهنةَ المحاسبة متأثّرةُ في العديد مِنْ الأبعادِ بالتجارة الإلكترونية ، فعلى المحاسبين الاداريين أَن يدركوا إستراتيجيةِ الشركةَ لتُلائم العمل عبر الإنترنت ويَجِب أن يهيئوا البرامج المحاسبية المتطورة لموائمة الطلب على المبيعات والبيانات الخاصة بالزبائن وكذلك الحال بالنسبة للمُدقّقين الداخليين يَجِب أَن يَفْهموا القوانين التي تَتعلّق بالمبيعات ويَضْمَنوا للشركةَ موقع آمن وجدير بالثقة (Hicks, 2005).

وتكمن اهمية دراسة هذا المتغير من معرفة مدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الاداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية. لإختبار هذه العلاقة تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٥-٥-٢-٣ المتغيرات المالية

لإختبار هيكل الملكية على الأداء يفترض أن اداء الشركات يعتمد على عدد من المتغيرات التفسيرية المالية بالإضافة لتركيبة هيكل الملكية.

لهذا فقد بينت معظم الدراسات عدد من خصائص الشركات التي تؤثر على أداء الشركات، والمتغيرات المالية المستخدمة في هذه الدراسة اُختيرت بعد الرجوع الى بعض الادبيات السابقة مثل (Kumar, 2003; Berger,2003; Nadia, 2004) والتالي يبرر استخدام المتغيرات المالية في هذه الدراسة:

١. الحجم Size

استخدم حجم الشركة على نطاق واسع في الادبيات السابقة كاحد المتغيرات التفسيرية لحقيقة ان الشركات الكبيرة تحقق عائد اكبر من الشركات الصغيرة؛ وقد يكون السبب في ذلك قدرتها العالية على المشاركة لتصبح اكثر كفاءة في القطاعات افقتصادية، وتوظف مزيداً من المدراء المهرة، والقابلية والقدرة على التنويع في عملياتها التشغيلية وإستقطاب عدد اكبر من العملاء. وقد تم قياس متغير الحجم في هذه الدراسة باجمالي الاصول. وقد تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين حجم الشركة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٢. الرفع المالي Leverage ratio

ديون الشركة المعتمدة على نسبة حقوق الملكية او نسبة الرفع المالي تؤثر على قابلية الشركة على الإقتراض وعلى تكلفة ذلك الإقتراضو والتي تؤثر على الربحية كسبب في زيادة الفائدة والالتزامات المالية. وقد تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرفع المالي وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٣. الأرباح المحتجزة Retained Earning

الشركة مع زيادة التركز في حقوق المساهمين (رأس المال والارباح المحتجزة) في مدخلاتها سوف تحصل على أداء افضل (Nerlove, 1968; Kumar, 2003). ان كثافة الارباح المحتجزة توفر الاستقلالية في ادارة الشركات من اعتمادها على التمويل الخارجي والمتاجرة بالاسهم والتي تعزز اداء الشركة. وقد تم صياغة الفرضية التالية: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الارباح المحتجزة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية".

٥-٥-٣ فرضيات الدراسة

بناءًا على متغيرات الدراسة المستقلة وإحتمالية تأثيرها على المتغير التابع لهذه الدراسة، حيث تم استنتاج ذلك نظرياً وعملياً من خلال الرجوع الى الأدبيات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة، وكما تم ذكره في الفصل الأول وكما تم توضيحه في الفصل الثاني (التجارة الإلكترونية) والفصل الثالث (هيكل الملكية والأداء)، فإنه يمكن تقسيم فرضيات الدراسة الى ثلاثة أنواع: إذ يتعلق النوع الأول منها بإفتراض عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية المتمثل بنسبة تركز الملكية، ونسبة الملكية الأجنبية، ونسبة ملكية المؤسسات، ونسبة ملكية الإدارة، وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية. ويتعلق النوع الثاني بإفتراض عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي أيضاً. وأخيراً النوع الثالث حول افتراض عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات المالية وبين الأداء المالي. لذلك فقد قام الباحث بصياغة فرضيات الدراسة وعلى النحو الآتي:

٥-٥-٣-١ الفرضيات المتعلقة بأثر هيكل الملكية على الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

- H1- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تركز الملكية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.
- H2- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملكية الاجنبية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.
- H3- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسات وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.
- H4- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية الإدارة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

٥-٥-٣-٢ الفرضية المتعلقة بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

- H5- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبـــين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

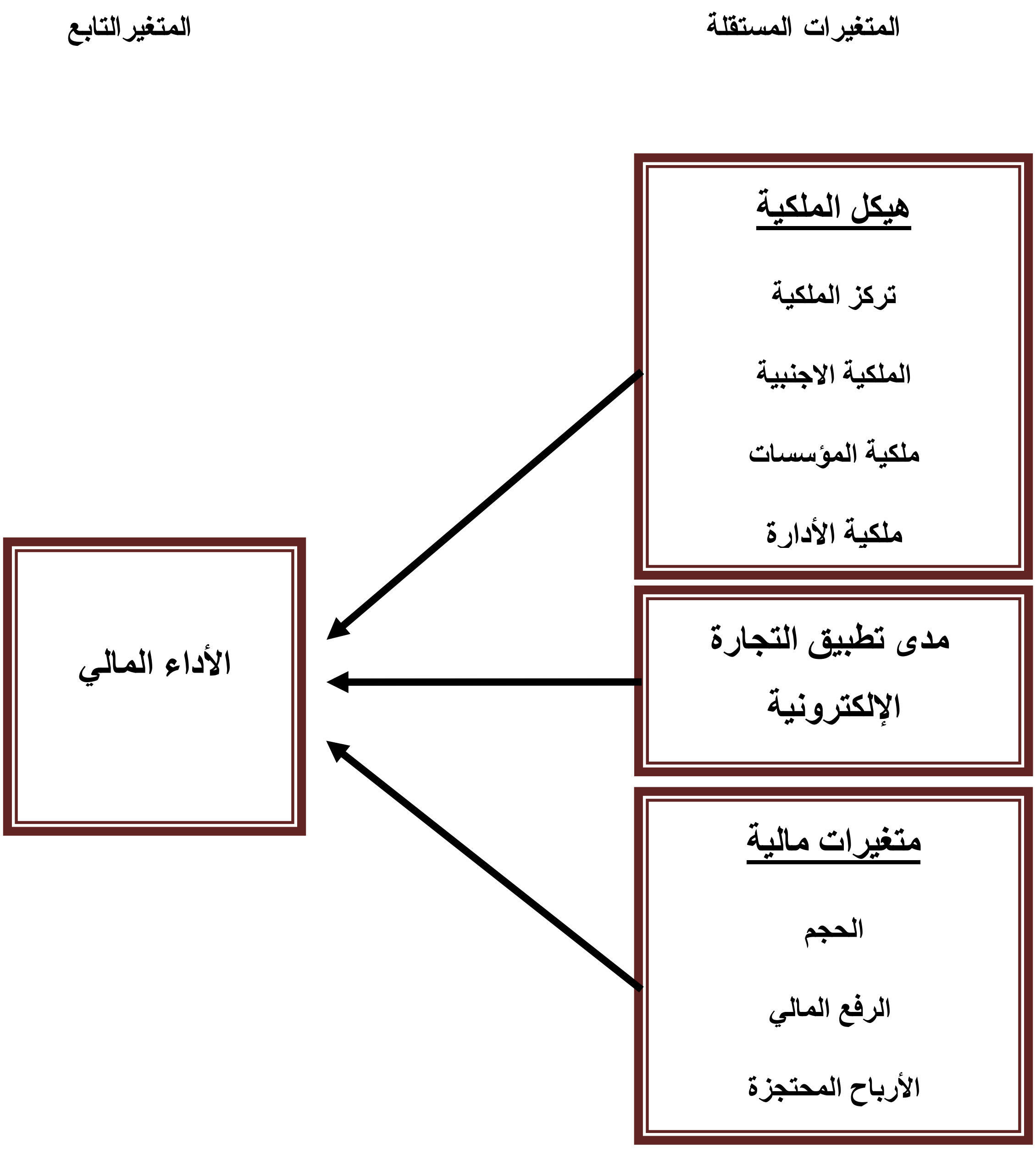
٥-٥-٣-٣ الفرضيات المتعلقة بأثر بعض المتغيرات المالية على الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

- H6- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحجم وبـــين الأداء المــالي فـــي الشـــركات الصناعية الاردنية.
- H7- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرفع المالي وبين الأداء المالي في الشـــركات الصناعية الاردنية.
- H8- لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأرباح المحتجزة وبـــين الأداء المـــالي فـــي الشركات الصناعية الاردنية.

٥ ـ ٦ نموذج الدراسة

إعتمد الباحث في دراسته على مجموعة العوامل التي قد يكون لها دور كبير في بيان أثر هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على الأداء في الشركات الأردنية والمستندة على مشكلة الدراسة. وقد تم تطوير نموذج الدراسة إستناداً على الأدبيات السابقة المتعلقة بالموضوع. حيث تم تقسيم المتغيرات المستقلة الى ثلاث مجموعات: المجموعة الاولى المتغيرات المتعلقة بهيكل الملكية، والثانية متعلقة بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية والثالثة ببعض المتغيرات المالية. بينما تم استخدام الأداء المالي كمتغير تابع، ويوضح الشكل رقم(١-١) نموذج الدراسة.

الشكل رقم(٥-١): نموذج الدراسة



٥-٧ الاساليب الإحصائية المستخدمة لإختبار فرضيات الدراسة

تم الاعتماد في تحليل البيانات التي تم جمعها في هذه الدراسة على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإنسانية (Statistical Package for Social Sciences- SPSS)، من خلال استخدام الأساليب الإحصائية الملائمة لإختبار الفرضيات، ويعتمد إختيار الأساليب الملائمة في التحليل على نوعية البيانات وكيفية قياسها، وطبيعة فرضيات الدراسة. وفيما يلي الأساليب التي تم استخدامها لغايات تحقيق أهداف الدراسة وإختبار الفرضيات:

١. إختبار المصداقية (Reliability Test) من خلال استخدام معامل كرونباخ ألفا لإختبار درجة صدق وثبات أداة الدراسة .
٢. أساليب الإحصاء الوصفي (Descriptive Statistics) لإختبار جميع متغيرات وأسئلة الإستبانة، كالتكرار(Frequencies) ، والنسبة المئوية (Percentages)، ومقاييس النزعة المركزية الوسط الحسابي (Mean)، ومقاييس التشتت الإنحراف المعياري(Standard Deviations).
٣. تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية الاستدلالية كمعامل ارتباط بيرسون (Pearson's r).
٤. تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression).
٥. تحليل الإنحدار البسيط (Simple Regression).

الفصل السادس

تحليل البيانات وإختبار الفرضيات

٦-١ المقدمة

٦-٢ تقييم أداة البحث

٦-٣ التحليل الوصفي

٦-٣-١ الإختبارات والتحليلات الخاصة بالمعلومات الديموغرافية والعامة

٦-٣-٢ الإختبارات والتحليلات الخاصة بأسئلة الإستبانة بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية

٦-٤ إختبار وتحليل فرضيات الدراسة

٦-٤-١ إختبار وتحليل النوع الأول من الفرضيات (H1- H4)

٦-٤-٢ إختبار وتحليل النوع الثاني من الفرضيات (H5)

٦-٤-٣ إختبار وتحليل النوع الثالث من الفرضيات (H6- H8)

٦-٥ الإنحدار المتعدد للعلاقة بين جميع متغيرات الدراسة وبين الأداء المالي

٦-١ المقدمة

يستعرض هذا الفصل عملية تحليل البيانات ، وإختبار الفرضيات طبقاً للمعلومات التي تم جمعها من عينة الدراسة، من خلال أدوات ومصادر جمع بيانات الدراسة، حيث قام الباحث باستخدام التحليل الإحصائي الوصفي لفحص متغيرات الدراسة، وكذلك لفحص بيانات الاستبانة. وتم استخدام الإختبارات الإحصائية الملائمة لكل فرضية من الفرضيات التي تمت صياغتها في فصل المنهجية.

٦-٢ تقييم أداة البحث

قبل البدء بتحليل البيانات، تم تقييم أحد أدوات البحث (الاستبانة) من حيث درجة الثبات والمصداقية بواسطة استخدام إختبار المصداقية (Reliability Test) من خلال استخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)، ويشير (Malhotra and Birks, 2000) الى أن قيمة ألفا يجب أن تكون أكبر من (٦٠%) حتى تكون درجة الثبات مقبولة لإجراء التحليل على البيانات.

وظهر بالتحليل الإحصائي أن قيمة ألفا (٨٩,٣%) لجميع أسئلة الاستبانة تعتبر كافية لإجراء التحليل، كما هو موضح في ملحق رقم (٤).

٦-٣ التحليل الوصفي

سيتم عرض وتحليل البيانات التي تم التوصل إليها من خلال إجراء الاختبارات الملائمة لأداة الدراسة التي وزعت على الشركات محل الدراسة، واستُهدف المدراء الماليين والاداريين العاملين في تلك الشركات.

وسيتم عرض المقاييس الاحصائية الوصفية لمتغيرات الدراسة في هذا الجزء، وذلك للتعرف على خصائص مجتمع الدراسة، وتتضمن تلك المقاييس كل من التكرار، والنسبة المئوية ، والوسط الحسابي، والانحراف المعياري.

٦-٣-١ الإختبارات والتحليلات الخاصة بالمعلومات الديموغرافية والعامة

١. العمر:

الجدول رقم (٦-١): توزيع المستجيبين حسب العمر

العمر (سنة)	التكرار	النسبة المئوية (%)
أقل من 22	1	1.5 %
من 22 - 30	12	17.9 %
من 31 - 40	29	43.3 %
اكبر من 40	25	37.3 %
الاجمالي	**67**	**100%**

أظهر التحليل لعينة الدراسة من خلال الجدول رقم (٦-١) ان اغلبية المستجيبين مؤهلون للإجابة عن أسئلة الاستبانة، فأغلبية المستجيبين تزيد أعمارهم عن (٢٢ سنة)، وتركزت بنسبة عالية بين سن (٣١-٤٠) بنسبة (٤٣,٣%) من عدد المستجيبين، وأن ما نسبته (٣٧,٣%) من عدد المستجيبين كانت لمن تزيد اعمارهم عن اربعين سنة.

٢. الجنس:

الجدول رقم (٦-٢): توزيع المستجيبين حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية (%)
ذكر	39	58.2 %
انثى	28	41.8 %
المجموع	**67**	**100%**

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث، ومن الملفت للانتباه بان نسبة الاناث العاملات في القطاع الصناعي مرتفعة ومقاربة لنسبة الذكور، مما يدل على وعي المجتمع الاردني، وقد يعود هذا لزيادة نسبة الإناث المتعلمات في المجتمع الاردني خاصةً.

٣. الوظيفة الحالية:

الجدول رقم (٦-٣): توزيع المستجيبين حسب الوظيفة الحالية

الوظيفة الحالية	التكرار	النسبة المئوية (%)
مدير قسم	22	32.8 %
مدير دائرة	12	17.9 %
محاسب	6	9.0 %
مبرمج	11	16.4 %
اخرى	16	23.9 %
المجموع	**67**	**100**

من خلال الجدول السابق يتضح أن عدد من يعملون كمدير قسم أو كمدير دائرة هم (٣٤) شخص وبنسبة وصلت لِ (٥٠,٧%) من مجمل عدد المستجيبين أي ما يقارب نصف عدد المستجيبين ، وبالنظر لنسبة المبرمجين (١٦،٤%) من المستجيبين للإستبانة تعطي مؤشر عن إهتمام الشركات وبشكل لا بأس به بالتكنولوجيا وما يتبعها.

٤. المستوى التعليمي:

الجدول رقم (٦-٤): توزيع المستجيبين حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية (%)
الثانوية أو اقل	0	0.0 %
دبلوم سنتين	14	20.9 %
بكالوريوس	52	77.6 %
ماجستير	1	1.5 %
المجموع	**67**	**100%**

نلاحظ من خلال هذا الجدول الخاص بالمؤهل العلمي لمجتمع وعينة الدراسة أن النسبة الاكبر من المستجيبيين هم من حملة شهادة البكالوريوس ، حيث بلغ عددهم (٥٢) شخص بنسبة (٧٧,٦%) من عينة الدراسة، الذي يعطينا مؤشر بأن أفراد العينة هم من ذوي المعرفة والاطلاع على موضوع الدراسة، مما يزيد من درجة الاعتماد على إجاباتهم، كما تم ملاحظة ان (١,٥%) من عينة الدراسة هم من حملة شهادة الماجستير وهي نسبة قد تكون متدنية حالياً ، مما يوجب الشركات مستقبلاً زيادة عدد موظفيها من حملة شهادات الدراسات العليا، حرصاً منها للإرتقاء بمستوى الأداء والمعرفة في الشركات.

٥. التخصص:

الجدول رقم (٦-٥): توزيع المستجيبين حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية (%)
محاسبة	9	13.4 %
إقتصاد	1	1.5 %
إدارة	26	38.8 %
اخرى	31	46.3 %
المجموع	**67**	**100%**

وكما يشير الجدول رقم (٦-٥) ان أغلبية أفراد العينة هم من المتخصصين في الادارة، وبما نسبته ٣٨,٨% وتعبر هذه النسبة بانها تعطي ثقة اكبر للإعتماد على إجابات المستجيبين كونه تتوفر لهم المعرفة بالاعمال المستخدمة عبر الموقع الإلكتروني للشركة.

٦. عدد سنوات الخبرة:

الجدول رقم (٦-٦): توزيع المستجيبين حسب عدد سنوات الخبرة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة المئوية (%)
اقل من 5	6	9 %
من 5-10	20	29.9 %
من 11-20	30	44.7 %
اكثر من 20	11	16.4 %
المجموع	**67**	**100%**

نلاحظ من خلال الجدول السابق (٦-٦) أن غالبية المستجيبين لاداة هذه الدراسة، كانت تزيد سنوات الخبرة لديهم عن ٥ سنوات، حيث بلغت نسبتهم (٩١%)من العينة وهذا يشير الى أن النسبة العالية من المستجيبين كانت من ذوي الخبرة العالي والمتوسطة، مما يعطي إنطباعاً أن إجاباتهم على الفقرات لأداة الدراسة كانت أكثر واقعية وموضوعية.

٦-٣-٢ الإختبارات والتحليلات الخاصة بأسئلة الإستبانة بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية

لقد تم قياس هذا المتغير باستخدام الإستبانة وهي أحد أدوات هذه الدراسة، وقد تم إعتماد مقياس ليكرت (Likert Scale) لتحديد وقياس مدى تطبيق التجارة الإلكترونية المستخدمة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة، والمكون من خمس درجات، بحيث يمثل الرقم " 5 " مستخدماً دائماً، والرقم " 1 " بعديم الاستخدام، ويندرج بينهم غالباً للاستخدام بالرقم " 4 " وأخر أحياناً بالرقم " 3 " ، ومستخدماً بشكل نادر بالرقم " 2 ".

وعليه فإن التطبيق الذي تكون فيه قيمة المتوسط الحسابي عالية يكون أكثر استخداماً من تطبيق أخر تكون قيمة متوسطه الحسابي أقل، وقد تم وضع مقياس ترتيبي لهذه الارقام لإعطاء الوسط الحسابي مدلولاً باستخدام المقياس الترتيبي للأهمية (مطاحن، ٢٠٠٩)، وكما هو موضح من خلال الجدول رقم (٦-٢) التالي:

الجدول رقم (٦-٧) : مقياس لتحديد الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي

المتوسط الحسابي	مستوى المقدرة
من 4.5 الى 5	عالية جداً
من 3.6 الى أقل من 4.5	عالية
من 3 الى أقل من 3.6	متوسطة
من 2 الى أقل من 3	متدنية
أقل من 2	متدنية جداً

في الجدول التالي رقم (٦-٨)، والذي يُظهر جميع أسئلة الإستبانة الخاصة بمدى تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية، والتي تم الرجوع في تصميمها الى الدراسات والأدبيات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة، كدراسة (عواد، ٢٠٠٣)، ودراسة (مطاحن، ٢٠٠٩)، ودراسة (ناعسة، ٢٠٠٧)، والتي تم إعتمادها بعد تنقيحها وعرضها على بعض المحكمين من ذوي الإختصاص والخبرة في هذا المجال.

الجدول رقم (٦–٨) : مدى تطبيق التجارة الإلكتروني

الرقم	الســـــــــــــؤال	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	تقديم معلومات عامة عن الشركة	4.16	1.238
2	تقديم معلومات عامة عن منتجات الشركة وخدماتها	4.10	1.257
3	تقديم معلومات متخصصة عن مواصفات المنتجات التي تقدمها الشركة	3.79	1.262
4	توفير خدمة البريد الإلكتروني للعملاء	3.76	1.404
5	يتم استخدام الموقع التجاري للشركة في الترويج لمنتجاتكم	3.66	1.533
6	يتم الرد والاستجابة لكل ما يصلكم من إقتراحات من الزبائن عبر الموقع الإلكتروني	3.52	1.397
7	يتم الرد والاستجابة لكل ما يصلكم من إستفسارات من الزبائن عبر الموقع الإلكتروني	3.46	1.374
8	يتم الرد والاستجابة لكل ما يصلكم من الزبائن من شكاوى عبر الموقع الإلكتروني	3.45	1.374
9	يتم الاعتماد على شبكة المواقع الدولية WWW لجمع المعلومات عن موردي المواد الاولية	2.91	1.474
10	تتم عملية تبادل الوثائق والفواتير المالية إلكترونياً	2.90	1.529
11	توفير نظام للإستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل	2.78	1.526
12	يتم تبادل المعلومات مع الوسطاء حول ظروف السوق وتغير الاسعار ، وحجم الطلب إلكترونياً	2.36	1.311
13	توفير إمكانية الربط الإلكتروني بمواقع ذات فائدة للعميل	2.34	1.388
14	توفير إمكانية الربط الإلكتروني بمخازن الشركة ومعارضها	2.25	1.551
15	يتم إشراك الزبائن في تطوير المنتجات من خلال توزيع الاستبانات عبر البريد الإلكتروني	2.25	1.491
16	توفير نظام لكيفية طلب العملاء لمنتجات الشركة إلكترونياً	2.03	1.193
17	يتم شراء المواد الاولية من خلال تعبئة نماذج إلكترونية ترسل الى الموردين	2.01	1.387
18	تتم عملية دفع قيمة المشتريات وتكاليف عملية شحن ونقل المواد الاولية إلكترونياً	1.90	1.339
19	يتم تقديم الدعم والخدمات للزبائن عبر الموقع التجاري للشركة بأقل وقت	1.78	1.112
20	توفير نظام ربط إلكتروني من خلال الموقع مع الموزعين	1.69	1.209
21	بيع المنتجات من خلال الموقع على الشبكة	1.67	1.173
22	يتم رصد أعداد الزوار لموقع الشركة وإهتماماتهم وتكرار زياراتهم وردود افعالهم حول المنتجات	1.58	.987
23	هناك إستجابة فورية للزبائن وعلى مدار ٢٤ ساعة	1.49	1.021
24	يتم إستئجار مساحات من مواقع تجارية مشهورة للترويج لمنتجاتكم	1.45	0.909
25	توفير نظام لقيام العميل بتسديد الثمن من خلال بطاقة الائتمان	1.31	0.783
المتوسط	**مدى تطبيق التجارة الإلكترونية**	**2.584**	**0.6913**

ونلاحظ من خلال الجدول رقم (٦–٨) أن التطبيق الاكثر استخداماً كان تقديم معلومات عامة عن الشركة بمتوسط حسابي بلغ (4.16)، متوافقاً مع دراسة (عواد، ٢٠٠٣)، يليه تقديم معلومات عامة عن منتجات الشركة وخدماتها بلغ (Mean = 4.10)، ثم يليهم تقديم معلومات متخصصة عن مواصفات المنتجات التي تقدمها الشركة، وتوفير خدمة البريد الإلكتروني للعملاء، واستخدام الموقع

التجاري للشركة في الترويج للمنتجات، بشكل متقارب بمتوسط حسابي عالي بين (3.66 و 3.79)، وكذلك في عملية الرد والاستجابة للإقتراحات واللإستفسارات والشكاوي من الزبائن عبر البريد الإلكتروني بمتوسط حسابي متوسط بين (3.45 و 3.52)، والذي يدل على أن التطبيقات الرئيسة التى تستخدمها الشركات الاردنية تتمثل في الترويج للشركة ومنتجاتها فقط، مؤيداً لما جاءت به دراسة (عواد، ٢٠٠٣).

وكما نلاحظ من الجدول نفسه فإن البنود من (9–17) كان متدني الاستخدام، إذ تراوح فيه المتوسط الحسابي بين (2.01 - 2.91)، مما يدل أن هناك عدم تطور ملحوظ في الاستخدام لتطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات مجتمع الدراسة عن السنوات السابقة.

أما التطبيقات الأخرى فكانت متدنية جداً أو شبه معدومة (المتوسط الحسابي أقل من 2)، من قِبل بعض الشركات، حيث تراوحت قيمة المتوسط الحسابي لهذه الشركات ما بين (1.31 – 1.90) والتي تشير الى تدني بعض الاستخدامات وانعدام بعضها كعملية الدفع الإلكتروني من خلال بطاقات الإئتمان، وأن المواقع الخاصة بالشركات عبارة عن مواقع دعائية للشركات بشكل عام، وهي غير مُهيئة لتطبيقات التجارة الإلكترونية، والذي أكدته دراسة (حامد، ٢٠٠٤).

والجدير بالذكر أن توفير بطاقات الإئتمان (فيزا كارد، وماستر كارد، وغيرها من بطاقات الدفع) الخاصة بالدفع الإلكتروني، وخاصة عن طريق شبكة الإنترنت، هي من الركائز الأساسية التي تشجع على ممارسة التجارة الإلكترونية عبر تلك الشبكة، ولذلك فقد يعود عدم استخدام البطاقات الإلكترونية، هو وجود عمليات إحتيال يقوم بها بعض الأشخاص المختصين بذلك (القراصنة) عبر تلك الشبكة، إذ يقومون بالإستيلاء على جزء أو كل الأرصدة المودعة في حسابات الزبائن، بعد عملية إختراقهم لهذه الحسابات، وهذا ما تم الإشارة اليه في الفصل الثاني من هذه الدراسة.

ففي الأردن على سبيل المثال لا الحصر، تم إختراق (١٥٠٠) بطاقة إئتمانية من قِبل بعض القراصنة، الذين قاموا بسرقة (٢٠٠ ألف) دينار أردني منها، بعد أن قاموا بعملية شراء سلع من بطاقاتهم من دول اخرى خارج الأردن (صحيفة الغد، ٢٠١١).

وبالرغم من أن الجهات المختصة بالتعاون مع البنوك ، قامت بحصر العملية، ومعالجتها، إلا أن ذلك شكل عثرةً جديدة لدى المتعاملين، وبالتالي خفضت الموثوقية، وبالتالي عملية الشراء عبر شبكة الإنترنت.

٦-٤ إختبار وتحليل فرضيات الدراسة

لقد تم الإعتماد في إختبار وتحليل البيانات لفرضيات الدراسة، على الأساليب الإحصائية الملائمة، وذلك حسب الفرضية وطريقة قياس متغيراتها، ومنها الأساليب الإحصائية الإستدلالية كمعامل إرتباط بيرسون، والذي يُظهر ما إذا كان هناك علاقة أم لا بين متغيرين، وقياس قوة العلاقة، بالإضافة الى إتجاه العلاقة سالب أم موجب، وتم كذلك استخدام تحليل الإنحدار البسيط، والإنحدار المتعدد، للتأكد من وجود إرتباط بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، ومدى قوة هذا الإرتباط. وهناك ثلاثة أسباب وراء استخدام الإنحدار المتعدد في هذه الدراسة:

١. هي أحد أقوى التقنيات الإحصائية في الإختبارات المعلمية (Bryman and Cramer, 2005).
٢. طبيعة المتغيرات المستقلة والمتغير التابع تتطلب استخدام مثل هذه التحليلات.
٣. معظم الأدبيات السابقة والمماثلة لطبيعة هذه الدراسة استخدموا هذه الطريقة للتحليل مثل (ابوسردانة وآخرون، ٢٠١٠، عواد، ٢٠٠٣).

قاعدة إتخاذ قرار قبول أو رفض الفرضية:

- اعتمدت قاعدة القرار للفرضيات الرئيسة على قيمة (F) ومستوى المعنوية لها (sig)، حيث تم رفض الفرضية العدمية إذا كانت (sig F < 0.05)، وذلك باستخدام تحليل الإنحدار المتعدد أو معامل الإرتباط (Pearson r).
- فيما يتعلق بالفرضيات الفرعية فقد تم الاعتماد على قيمة (t) ومستوى المعنوية لها (sig)، حيث تم رفض الفرضية الفرعية العدمية إذا كانت (sig F < 0.05).

بعد تطبيق قاعدة إتخاذ القرار على نتائج التحليل الإحصائي للبيانات، فقد تم الحصول على نتائج إختبار الفرضيات، وسوف يتم مناقشة هذه النتائج حسب ترتيب فرضيات الدراسة وعلى النحو التالي : هيكل الملكية ، ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية والمتغيرات المالية.

٦-٤-١ إختبار وتحليل النوع الأول من الفرضيات (H1- H4)

يعرض هذا النوع الفرضية رئيسية والتي تنص على: "**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية**".

ويتفرع من هذه الفرضية أربع فرضيات فرعية كالآتي:

H1- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تركز الملكيــة وبــين الأداء المــالي فــي الشــركات الصناعية الاردنية.**

H2- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الملكية الاجنبية وبين الأداء المــالي فــي الشــركات الصناعية الاردنية.**

H3- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية المؤسسات وبين الأداء المالي فــي الشــركات الصناعية الاردنية.**

H4- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكيــة الإدارة وبــين الأداء المــالي فــي الشــركات الصناعية الاردنية.**

الجدول رقم (٦-٩) : نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لهيكل الملكية / الفرضيات الفرعية

المتغير الرئيس	الفرضية الفرعية	المتغير	قيمة (t)	المعنوية (sig)
هيكل الملكية	H1	تركز الملكية	1.002	0.320
	H2	الملكية الاجنبية	-0.053	0.958
	H3	ملكية المؤسسات	-0.506	0.615
	H4	ملكية الإدارة	-0.235	0.815

الجدول رقم (٦-١٠) : نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لهيكل الملكية / النموذج الاول

مصدر التباين	مربعات الإنحرافات	درجات الحرية	متوسط الإنحرافات	قيمة F	المعنوية sig	قيمة R	قيمة R Square
الإنحدار	0.015	4	0.04	0.297	0.879	0.137	0.019
الخطأ	0.780	62	0.013				
المجموع	0.795	66					

وكما يظهر من خلال الجدول السابق رقم (٦-٩) المتعلق بإختبار الفرضيات الفرعية لهيكل الملكية، والجدول (٦-١٠) المتعلق باختبار النموذج الاول، والذي تم الإشارة اليهم في الملحق رقم (٥)، فقد أشارت نتائج تحليل الأنحدار المتعدد الى عدم رفض الفرضيات المتعلقة بتركز الملكية (sig = 0.320 > 0.05)، والملكية الاجنبية (sig = 0.958 > 0.05)، وملكية المؤسسات (sig = 0.615 > 0.05)، وملكية الإدارة (sig = 0.815 > 0.05)، والذي يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذه المتغيرات وبين الأداء المالي للشركات، ومتوافقاً مع تحليل إرتباط بيرسون كما في الجدول التالي رقم (٦-١١) كما هو موضح في ملحق رقم (٥)، إذ لم يكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية المتمثل بتركز الملكية (sig = 0.342) (r = 0.118 موجب وضعيف)، والملكية الاجنبية (sig = 0.94) (r = 0.009- سالبة وضعيفة جداً)، وملكية المؤسسات (sig = 0.795) (r =0.032- سالبة وضعيفة)، وملكية الإدارة (sig = 0.742) (r =0.041- سالبة وضعيفة)، وبين الأداء المالي والمتمثل بالعائد على الإستثمار. وقد جاءت دراسة (الحنبلي، ٢٠٠٧) موكدة عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ملكية الإدارة وبين الأداء المالي، فملكية الأدارة لم تؤثر على الأداء، وكان لدراسة (ناصف، ٢٠٠٧) تأييد لنتائج هذه الدراسة وخاصةً للمتغير الخاص بنسبة الملكية الأجنبية، إذ أشار الى عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين نسبة الملكية الاجنبية ومؤشرات الأداء المحاسبية.

الجدول رقم (٦-١١): نتائج تحليل معامل إرتباط بيرسون لهيكل الملكية/ الفرضيات الفرعية

المتغير الرئيس	الفرضية الفرعية	المتغير	قيمة (r)	المعنوية (sig)
هيكل الملكية	H1	تركز الملكية	0.118	0.342
	H2	الملكية الاجنبية	-0.009	0.94
	H3	ملكية المؤسسات	-0.032	0.795
	H4	ملكية الإدارة	-0.041	0.742

وبالتالي وبناءًا على ما سبق وعلى ضعف النموذج السابق بشكل عام، حيث كانت قيمة (F) تساوي (0.297) وبمستوى معنوية (sig=0.88) وقيمة R^2 أقل من ٢% مما يؤدي الى عدم قدرة المتغيرات المستقلة على تفسير المتغير التابع؛ **فقد تم قبول الفرضية العدمية** المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية، وهذا يعني أن هيكل الملكية لم يستطع تفسير العلاقة مع الاداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية كما هو موضح في الملحق رقم (٥)، حيث ظهرت قيمة R^2 أقل من ٢%.

٦-٤-٢ إختبار وتحليل النوع الثاني من الفرضيات (H5)

وتنص هذه الفرضية على أنه: **"لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية"**.

الجدول رقم (٦-١٢):

نتائج تحليل الإنحدار البسيط لمدى تطبيق التجارة الإلكترونية / النموذج الثاني

مصدر التباين	مربعات الإنحرافات	درجات الحرية	متوسط الإنحرافات	قيمة F	المعنوية Sig	قيمة R	قيمة R^2
الإنحدار	0.091	1	0.091	8.353	0.005	0.337	0.114
الخطأ	0.705	65	0.011				
المجموع	0.795	66					

وقد تم استخدام تحليل الإنحدار البسيط ومعامل إرتباط بيرسون، لإختبار هذه الفرضية، وتشير مؤشرات الإنحدار البسيط في الجدول رقم (٦-١٢) الى أن قوة هذا النموذج، حيث كانت قيمة (Sig المعنوية) أقل من (١%) وأن قيمة (R^2 ، R) هي (0.337 ، 0.114)، مما يعطي قوة تفسيرية أكبر من النموذج السابق. وبناءًا عليه **ترفض الفرضية العدمية** المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

الجدول رقم (٦-١٣) : نتائج تحليل معامل إرتباط بيرسون لمدى تطبق التجارة الإلكترونية

المتغير الرئيس	قيمة (r)	المعنوية (sig)
مدى تطبيق التجارة الإلكترونية (H5)	0.337	0.005

وإعتماداً على قيمة معامل الارتباط الظاهرة في الجدول السابق رقم (٦-١٢)، والملحق رقم(٦) المدرج في نهاية الدراسة، فقد كانت العلاقة بين الاداء المالي ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية علاقة إيجابية (r = 0.337) وقيمة sig أقل من ١%، بحيث كلما زاد مستوى تطبيق التجارة الإلكترونية غالباً يزيد مبيعاتها ويزيد من دخل الشركة، أي زيادة أدائها المالي وبالتالي زيادة فرصة نجاحها. وتعتبر هذه النتيجة منطقية فزيادة تطبيق التجارة الإلكترونية يفتح فرصاً واسواقاً جديدة مما يؤدي الى زيادة مبيعات الشركة وتحسن ادائها.

٦-٤-٣ إختبار وتحليل النوع الثالث من الفرضيات (H6- H8)

ولقد إحتوى هذا النوع على فرضية رئيسية، والتي يتفرع منها ثلاث فرضيات فرعية، إذ تنص الفرضية الرئيسة على: "**لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات المالية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية** ".

والآتي نص الفرضيات المنبثقة عن الفرضية الثالثة:

H6- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحجم وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.**

H7- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرفع المالي وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.**

H8- **لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأرباح المحتجزة وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.**

الجدول رقم (٦-١٤):

نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لبعض المتغيرات المالية / الفرضيات الفرعية

المتغير الرئيس	الفرضية الفرعية	المتغير	قيمة (t)	المعنوية (sig)
بعض المتغيرات المالية	H6	الحجم	2.595	0.012
	H7	الرفع المالي	-7.117	0.000
	H8	الأرباح المحتجزة	0.820	0.415

وكما يظهر من خلال الجدول السابق رقم (٦-١٤) المتعلق بإختبار الفرضيات الفرعية لبعض المتغيرات المالية، فقد أشارت نتائج تحليل الأنحدار المتعدد الى رفض الفرضية العدمية الفرعية الخاصة بحجم الشركة لأن نسبة المعنوية لها كانت أقل من ٥% (sig = 0.012 < 0.05)، الذي يدل على وجود علاقة بين المتغير المستقل (حجم الشركة) وبين المتغير التابع (الأداء المالي)، وتوافقاً مع ما اتت به دراسة (ملكاوي، ٢٠٠٩)، وكذلك تم رفض الفرضية العدمية الفرعية الخاصة بالرفع المالي حيث كانت نسبة المعنوية لها أيضاً أقل من ٥% (sig = 0.000 < 0.05)، أي أن هناك علاقة قوية وعكسية بين تمويل الشركة بواسطة الديون طويلة الأجل وبين الأداء المالي لهذه الشركات، وهذا ما أكدته دراسة (Coleman, 2007) التي أظهرت أن زيادة الرفع المالي لا يحقق أداء أفضل للشركة والعكس بالعكس. ولكن تم قبول الفرضية العدمية الفرعية الخاصة بالأرباح المحتجزة ، حيث كانت مستوى المعنوية لها (0.415) (sig = 0.415 > 0.05)، والذي يعني عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين هذا المتغير وبين الأداء المالي للشركات، بالرغم من أن بعض الدراسات كدراسة (هنانده، ٢٠٠٧) أظهرت عكس ذلك.

إلا أنه ولوجود علاقة بين المتغيرين الآخرين مع الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية، وإعتماداً على النتائج الظاهرة في الجدول السابق والذي يتوافق مع تحليل إرتباط بيرسون كما في الجدول رقم (٦-١٥) ويظهر ذلك في الملحق رقم (٧)، حيث كان هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات المالية المتمثلة بحجم الشركة، حيث كانت (sig = 0.000 < 0.05) (r= 0.484 قوية وطردية)، والمتمثلة كذلك بالمتغير الفرعي الذي يقيس تأثير الرفع المالي على الأداء المالي، حيث كانت (sig = 0.000 < 0.05) (r = -0.665 قوية وعكسية)، ولكن وكما ظهر من نتائج تحليل الإنحدار للمتغير المتعلق بالأرباح المحتجزة، والذي يتوافق مع نتائج تحليل إختبار

بيرسون (sig = 0.055 > 0.05) (r = 0.235 ضعيفة وطردية)، فقد تم كذلك قبول الفرضية العدمية الفرعية الخاصة بالأرباح المحتجزة.

الجدول رقم (٦-١٥):

نتائج تحليل معامل إرتباط بيرسون لبعض المتغيرات المالية / الفرضيات الفرعية

المتغير الرئيس	الفرضية الفرعية	المتغير	قيمة (r)	المعنوية (sig)
بعض المتغيرات المالية	H6	الحجم	0.484	0.000
	H7	الرفع المالي	-0.665	0.000
	H8	الأرباح المحتجزة	0.235	0.055

وبالتالي وبناءًا على ما سبق، **فقد تم رفض الفرضية العدمية** المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بعض المتغيرات المالية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية، وهذا يعني أن بعض المتغيرات المالية إستطاعت أن تفسير التباين من خلال النتائج المبينة لِ R^2 والتي بلغت (٥١%) كما هو موضح في الجدول رقم (٦-١٦) والملحق رقم (٧) على الاداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية، وبذلك يكون هذا النموذج اقوى من النموذجين السابقين، حيث يعطي المتغيرات المستقلة قدرة تفسير اكبر للمتغير التابع.

الجدول رقم (٦-١٦):

نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لبعض المتغيرات المالية / النموذج الثالث

مصدر التباين	مربعات الإنحرافات	درجات الحرية	متوسط الإنحرافات	قيمة F	المعنوية Sig	قيمة R	قيمة R Square
الإنحدار	0.404	3	0.135	21.662	0.000	0.713	0.508
الخطأ	0.391	63	0.006				
المجموع	0.795	66					

٦-٥ الإنحدار المتعدد للعلاقة بين جميع متغيرات الدراسة وبين الأداء المالي

تم عمل نموذج إنحدار متعدد لجميع متغيرات الدراسة والمتغير التابع، لمعرفة مدى تأثير وقوة العلاقة بينهم وبين الأداء المالي، والجدولان رقم (٦-١٧) ورقم (٦-١٨) التاليين يبينات تلك العلاقة:

الجدول رقم (٦-١٧): نتائج تحليل الإنحدار لجميع متغيرات الدراسة

مصدر التباين	مربعات الإنحرافات	درجات الحرية	متوسط الإنحرافات	قيمة F	المعنوية Sig	قيمة R	قيمة R^2
الإنحدار	0.473	8	0.59	10.638	0.000	0.771	0.595
الخطأ	0.322	58	0.06				
المجموع	0.795	66					

الجدول رقم (٦-١٨) : نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لجميع المتغيرات

	الفرضية الفرعية	المتغير	قيمة (t)	المعنوية (sig)
المتغيرات المستقلة	H1	تركز الملكية	0.100	0.921
	H2	الملكية الاجنبية	-0.449-	0.655
	H3	ملكية المؤسسات	1.418	0.162
	H4	ملكية الإدارة	0.245	0.807
	H5	التجارة الإلكترونية	3.076	0.003
	H6	الحجم	2.464	0.017
	H7	الرفع المالي	-7.323-	0.000
	H8	الأرباح المحتجزة	1.003	0.320

إن الجدولين السابقين وكما ظهر من خلال التحليل الإحصائي فإن قوة العلاقة بالنموذج ككل أكبر منه كما لو كان كل واحد على حدى، حيث كانت القيمة المعنوية (sig) أقل من ١%، وأن قيمة R^2 تساوي 0.595 مما يعطي قوة تفسيرية اكبر من النموذج السابق، كما هو موضح بالملحق رقم(٨). ان نتائج الجدول (٦-١٨) تطابق نتائج النماذج الثلاثة السابقة مع النموذج الرابع، حيث قبول الفرضيات العدمية H1، H2، H3، H4، H8 ورفض الفرضيات العدمية المتبقية H5، H6، H7 لوجود علاقة بين الاداء ومتغيرات التجارة الإلكترونية، والحجم والرفع المالي.

الفصل السابع

النتائج والتوصيات

٧-١ المقدمة

٧-٢ النتائج الرئيسة للدراسة

٧-٣ التوصيات

٧-٤ محددات الدراسة

٧–١ المقدمة

بعد إجراء الإختبارات التحليلية الإحصائية الملائمة (الإختبارات الوصفية ، التحليل الخطي للإنحدار المتعدد، وإختبار بيرسون) لبيانات ومتغيرات الدراسة والتي تم بناء الفرضيات عليها، سيتم في هذا الفصل تلخيص نتائج الدراسة، ومضامينها، واستعراض التوصيات اللازمة من وجهة نظر الباحث، ليتسنى للأطراف ذات العلاقة، من المديرين والمستثمرين والباحثين، الرجوع اليها والعمل بها والخروج بدراسات أشمل منها لتعم الفائدة.

٧–٢ النتائج الرئيسة للدراسة

بعد أن تم التوصل للنتائج التي وردت في الفصل السادس، سيتم إعادة تلخيصها مع الإشارة الى المضامين الرئيسة لهذه النتائج كما يلي:

١. أظهرت عينة الدراسة أن أغلبية المستجيبين مؤهلون وذوي خبرة للإجابة عن أسئلة أداة الدراسة (الإستبانة)، وللفئة المستهدفة (المدراء الماليين والإداريين العاملين) اناثاً وذكوراً، إذ اظهرت نتائج التحليل الوصفي لأداة الدراسة، أن هناك نسبة عالية من النساء العاملات في الشركات الصناعية محل الدراسة، وأن النسبة الأكبر (٧٧,٦%)، هم من حملة شهادة البكالوريوس، والذي يدل على أن المجتمع الأردني مجتمع متعلم، ومواكب للمجتمعات الغربية، حيث تعمل المرأة والرجل جنباً الى جنب. وكذلك فإن نسبة المستجيبين من التخصصات الإدارية، كانت ذات مستوى عالي، وبخبرة عالية أيضاً، إذ زادت عن خمسة سنوات بشكل عام.

٢. أظهرت النتائج الخاصة بأسئلة الإستبانة عن مدى تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية، كما أظهرها الباحث في الفصل السادس بالإستناد الى المتوسطات الحسابية، والملاحق المتوفرة في نهاية الدراسة، أنه وبالرغم من وجود مواقع إلكترونية لهذه الشركات على شبكة الإنترنت، إلا أنها غير فعالة لأغراض التجارة الإلكترونية، وأنها لم تكن إلا مواقع دعائية، حتى فترة الأنتهاء من إعداد هذه الدراسة.

٣. بالأستناد لنتائج إختبار وتحليل الإنحدار الخطي المتعدد، وإختبار بيرسون للفرضيات H1، H2، H3، H4، وكما أظهرته نتائج الفصل السابق، فإنه لم يكن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين المتغيرات أنفة الذكر وبين الأداء المالي في الشركات الأردنية، وكما أشارت اليه بعض الدراسات السابقة كدراسة (الحنبلي، ٢٠٠٧؛ ناصف، ٢٠٠٧). وبناءًا عليه تم قبول الفرضية العدمية الرئيسة التي تنص: "لا يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين هيكل الملكية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية"، والملحق رقم (١٠) يبين التفاصيل.

٤. بالرجوع الى النتائج للإختبارات المطبقة على هذه الفرضية (H5)، والتي تم تفصيلها بالفصل السابق، فقد أظهرت هذه النتائج أن هناك علاقة دلالة احصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الأردنية، فكلما زادت الشركة بتطبيق سياسة التجارة عبر شبكة الإنترنت، غالباً ما يزيد في مبيعاتها، وبالتالي زيادة في دخل الشركة، ليزيد في أدائها المالي، وبالتالي زيادة فرصة إنتشارها ونجاحها عالمياً.

من هنا فقد تم رفض الفرضية العدمية المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية.

٥. أظهرت نتائج تحليل إختبار الإنحدار الخطي المتعدد للفرضيات H6، H7، H8، وجود علاقة قوية بينهم وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية، كما تم تفصيله بالفصل السادس، وقد تم تأكيد قوة تلك العلاقة بعد إجراء إختبار معامل بيرسون لنفس الفرضيات السابقة، مؤيداً وجود علاقة طردية وقوية بين الحجم والأداء، وعلاقة عكسية وقوية بين الرفع المالي والأداء.

فكلما ازداد حجم الشركة وقللت تمويل أصولها من الخارج (الديون)، إزدادت ربحيتها وبالتالي أدائها المالي وهذا ما ايدته دراسة (هناندة، ٢٠٠٧)، ومن هنا تم رفض الفرضية العدمية المتعلقة بعدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الحجم والرفع المالي وبين الأداء المالي في الشركات الصناعية الاردنية. وتم قبول الفرضية العدمية المتعلقة بعدم وجود علاقة بين الأرباح المحتجزة والأداء المالي.

٧-٣ التوصيات

من خلال النتائج التي تم التوصل إليها في هذه الدراسة، ومن خلال نتائج الإختبارات التحليلية الإحصائية المبينة في الفصل السابق لهذه الدراسة، يوصي الباحث بما يلي:

١. تشجيع الشركات الأردنية بشكل عام للعمل على ممارسة التجارة الإلكترونية، لما لذلك من تأثير مباشر في زيادة إنتشارها وعالميتها، مما يؤدي الى زيادة إيراداتها وأرباحها.

٢. العمل على زيادة توعية أفراد المجتمع بأهمية ممارسة التجارة الإلكترونية عبر شبكة الإنترنت، وذلك بالقيام بتدريس مقرر خاص بمادة التجارة الإلكترونية في الجامعات الاردنية عامةً.

٣. وضع وتصميم وتجهيز البرامج المحاسبية الخاصة لتسهيل عملية ممارسة التجارة الإلكترونية عبر الشبكة العنكبوتية.

٤. دراسة هذا الموضوع على جميع قطاعات الشركات، وعمل مقارنات بينهم، للوصول لمعرفة مدى تطبيق التجارة الإلكترونية وأثرها على الأداء المالي لديهم، ومعرفة مدى الاختلاف في النتائج بين جميع القطاعات.

٥. نظراً الى وجود نقص في الدراسات التي أخذت بهذا الجانب بشكل خاص، وخاصةً تلك الدراسات التطبيقية في السوق الأردني، يوصي الباحث كل من الباحثين والمهتمين في هذا الجانب، عمل المزيد من الدراسات والأبحاث التي تُعنى بهذا الجانب لما لتلك الدراسات من أهمية في إثراء قطاع الاعمال في الشركات من جهة، وإثراء البحث العلمي في هذا الجانب في الاردن من جهةٍ أُخرى.

٦. زيادة التركيز على إقامة دورات تدريبية عالية المستوى في قطاع الشركات المختلفة، لممارسة العمل على هذه التجارة عبر شبكة الإنترنت، وذلك لتطوير وزيادة كفاءة المخرجات المرجوة ولكافة القطاعات.

٧. أن تقوم الجهات الحكومية المختصة مثل وزارة الصناعة والتجارة، ووزارة التخطيط مثلاً، بعمل برامج وحوافز للشركات التي تستخدم التجارة الإلكترونية لتشجيعها على استخدامها، لما لها من أهمية على أداء هذه الشركات وإنتشارها محلياً وإقليمياً وعالمياً.

٧-٤ محددات الدراسة

١. قلة عدد المشاهدات مقارنةً مع أغلب الدراسات الأجنبية، والناتجة عن انخفاض عدد الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان.

٢. قيام موظفي مؤسسات سوق رأس المال، المتمثلة ببورصة عمان، وهيئة الأوراق المالية، ومركز إيداع الأوراق المالية، بتنفيذ إعتصام مفتوح إستمر لمدّة تقارب الشهرين، مما أدى الى تأخير العمل في تنفيذ هذه الدراسة، والملحق رقم (١٠) يشير إالى ذلك.

٣. ندرة الدراسات في الدول العربية التي تتناول موضوع العلاقة بين مدى تطبيق التجارة الإلكترونية والأداء، ولذلك فإنه يصعب إجراء مقارنة بين نتائج هذه الدراسة وبين نتائج الدراسات الأخرى.

المصادر والمراجع

أولاً : المصادر والمراجع العربية :

أ – الكتب :

١. أبو قحف، عبد السلام، إقتصاديات الاستثمار الدولي، 1991، المكتب العربي الحديث، الاسكندرية.

٢. أبو نصار، وعبيدات، ومبيضين، منهجية البحث العلمي، الطبعة الثانية 2006، دار وائل للنشر، الاردن.

٣. أبو هيبة، نجوى، التوقيع الإلكتروني، تعريفه ومدى حجيته في الإثبات، الطبعة الثانية 2002، ص ٣، دار النهضة العربية، القاهرة.

٤. المعجم الوجيز، مجمع اللغة العربية، طبعة 2003، ص72، القاهرة.

٥. الشوابكة، محمد امين، جرائم الحاسوب والإنترنت، 2004، ص 10، دار النشر غير معروفة.

٦. سودة، الكافي في كتابة وتقديم البحث الاكاديمي، الطبعة الأولى، 2007، مكتبة الراتب العلمية، الأردن.

٧. حجازي، عبد الفتاح بيومي، النظام القانوني لحماية التجارة الإلكترونية، الكتاب الاول، 2002، ص١٢، ١٩، دار الفكر الجامعي، القاهرة.

٨. الزيدي، وليد، القرصنة على الإنترنت والحاسوب، الطبعة الآولى، 2003، دار أسامة للنشر والتوزيع، الآردن.

٩. الزبيدي، حمزة محمود، الإدارة المالية المتقدمة، 2004، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان.

١٠.الفتوح، القادر عبد الله، الإنترنت مهارات وحلول، الطبعة الأولى، 2001، ص 29 وما بعدها، مكتبة الشقري، الرياض.

١١.عبد الغفار، هناء، الإستثمار الأجنبي المباشر والتجارة الدولية، 2005، بيت الحكمة، بغداد.

ب –البحوث والدوريات :

١. أبا زيد، ثناء،2005 ، **واقع التجارة الإلكترونية والتحديات التي تواجهها عربياً ومحلياً**، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، العدد 4، المجلد 27.
٢. أبو سردانة، جمال، وزريقات، مجدي، والشيخ، عماد، 2010، "**هيكل الملكية والأداء في الشركات الصناعية الأردنية**" ، المجلة الأردنية لتجارة الأعمال، العدد 3، المجلد، 6.
٣. عرفة، محمد السيد، 2003، **التجارة الدولية عبر الإنترنت**، بحث مقدم الى مؤتمر القانون والكمبيوتر والإنترنت، جامعة الإمارات العربية المتحدة، كلية الشريعة والقانون.
٤. راسم سميح، عبد الرحيم، 1997، **التجارة الإلكترونية في خدمة التجارة والمصارف العربية**، مجلة إتحاد المصارف العربية، الجزء الأول، بيروت، ص 9.
٥. الماحي، حسن، 2003، **نظرات قانونية في التجارة الإلكترونية**، بحث مقدم الى المؤتمر العلمي الأول حول الجوانب القانونية والأمنية للعمليات الإلكترونية،أكاديمية شرطة دبي.

ج –الرسائل الجامعية :

١. التهتموني، رفيق، 2005، "**أثر محددات هيكل رأس المال على عائد وقيمة الشركات**"، رسالة دكتوراة في الادارة المالية غير منشورة، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.
٢. الحنبلي، هناء، 2007، "**العلاقة بين هيكل الملكية وبين أداء الشركات وقيمتها واختيارات هيكل رأس المال في الشركات الأردنية غير المالية المدرجة في سوق عمان المالي للفترة بين 1999 الى 2003**"، رسالة ماجستير غير منشورة، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.
٣. العموش، خالد، 2003، "**أثر التجارة الإلكترونية على إدارة سلسلة التوريد**"، رسالة ماجستير في الادارة غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن.
٤. حامد، سامح، 2004، "**قضايا وتحديات التجارة الإلكترونية في الأردن**"، رسالة ماجستير في الاقتصاد غير منشورة، جامعة اليرموك، اربد، الأردن .
٥. جستنية، محمد، 2005، "**مدى حجية التوقيع الإلكتروني في عقود التجارة الإلكترونية**"، رسالة دكتوراة في الحقوق غير منشورة،جامعة القاهرة، مصر.

٦. هناندة، موفق، 2007، "**أثر هيكل رأس المال على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة الصناعية في الأردن (1996 -2006)**"، رسالة دكتوراة في التمويل غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الاردن.

٧. شكر، طلال، 2006، "**أثر تبادل البيانات إلكترونياً في نظام المعلومات المحاسبي على أداء الشركات**"، رسالة دكتوراة في الفلسفة في المحاسبة غير منشورة، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية ، عمان ، الأردن .

٨. عباد، منير، 2004، "**أثر هيكل رأس المال على ربحية وقيمة الشركات**"، رسالة ماجستير في العلوم المالية والمصرفية غير منشورة ، جامعة اليرموك، اربد، الأردن .

٩. عبد الرحيم، راسم، 1997، "**التجارة الإلكترونية في خدمة التجارة والمصارف العربية**"، مجلة اتحاد المصارف العربية، الجزء الاول، بيروت.

١٠.علاونة، سعيد، 2005، "**مدى تأثير الأستثمار في تكنولوجيا المعلومات على الأداء المالي للشركات المساهمة العامة المدرجة في سوق فلسطين للاوراق المالية**"، رسالة دكتوراة في المحاسبة غير منشورة، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن .

١١.عواد، محمد، 2003، "**تطوير إستراتيجية لتبني تطبيقات التجارة الإلكترونية في الشركات الاردنية**"، رسالة دكتوراة في الفلسفة في التسويق غير منشورة، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، عمان، الأردن .

١٢.العبدلي، عابد، 2005، "**التجارة الإلكترونية في الدول الإسلامية :الواقع – التحديات – الآمال**"، المؤتمر العالمي الثالث للاقتصاد الإسلامي، جامعة ام القرى، ومتوفرة على شبكة الإنترنت بالعنوان التالي: www.drabid.net/ecommerce4.htm.

١٣.ملكاوي، حسين، 2009، "**تحليل محددات هيكل رأس المال**"، دراسة تطبيقية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية إدارة المال والاعمال، جامعة آل البيت، المفرق ، الأردن.

١٤.مطاحن، ريم، 2009، "**مدى قدرة مدققي الحسابات الخارجيين على تدقيق حسابات الشركات الأردنية المتعاملة في التجارة الإلكترونية**"، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، عمان، الأردن.

١٥. ناصف، علي، 2007، "**قياس أثر هيكل الملكية على أداء الشركات باستخدام مؤشرات محاسبية وسوقية**"، رسالة دكتوراة في الفلسفة في المحاسبة غير منشورة، الاكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية، عمان، الأردن.

د – الصحف:

١. الغد، ٢٠١١، "قراصنة يخترقون ١٥٠٠ بطاقة إئتمانية ويسرقون ٢٠٠ ألف دينار"، ملحق سوق ومال، العدد ٢٤١٧، عمان، الأردن.

ثانياً : المصادر والمراجع الأجنبية:

A. Books:

1. Berenson, M.L. and Levine, M.L. (1999). **Basic Business Statistics: Concepts and Applications**.7thed., p.151-153, prentice hall.

2. Bryman, A. and Carmer, D. (2005). Quantitative **Data Analysis with SPSS 12 and 13**: a gua=ide for social sciences, London and New York: Routledge Taylor and Francis Group>

3. Charles Chatterjee. (2002). **E-Commerce Law For Business Managers**, .p3, Financial World Publishing, London.

4. Chris Reed & John Angel (2000). **Computer Law**. **4th**ed, ,p.299, Blackstone Press Limited,London

5. Kalakota, R. & Whinston A., (1996), **Fronties of Electronic Commerce, Reading**: Adison Wesley..

6. Kaplan, Robert S. And Anthony A. Atkinson (1998). **Advanced Management Accounting**. **3^{ed}** Edition, Prentice Hall.

7. Maihotra,K.M. and Briks,D.F (2000). **Marketing Research: An Applied Approach**, p.307,Prentice Hall, European Edition.

8. Turban, E., Mclean, E. And Wetherbe J. (2000). **Information Technology for Management.NY**:john Wiley & Sons.Inc.p.20-35.

9. Warwick Ford & Michael S.Baum. (2001). **Secure Electronic Commerce: building the Jnfastructure for Digital Signatures and Encryption**.p 16, prentice hall ptr,New Jersey.

10. Weelen, Thomas L. And J. David Hunger (2002). **Strategic Management and Business Policy**. **8th** Edition, Prentice Hall

B. Theses & Articles:

1. Abell, W., 2001, **Business Use of the Internet in New Zealand: An Exploratory Study**, Available at : *www.lincoln.ac.nz/ccb/staff/abell.htm*

2. Berle,A. A. and Means,G.C., 1932, **Capital Structure and Firm Performance: A New Approash to Testing Agency Theory and a Application to the Banking Industry**, Working Paper, University of South Carolina Available at: *http://papers.ssrn.com*

3. Berger, A., 2003, **Capital Structure and Firm Performance: A New Approuach to Testing Agency Theory and Application to the Banking Industry.** Working Paper, University of South Carolina Available at: *http://papers.ssrn.com*

4. Bies, Susan Schmidt, 2003, **Financial Market and Corporate Governance**, Corporate Board, Vol. 24(140), P.P. 1-7.

5. Brailsford, Timothy J. Barry R. Oliver and Sandra L.H. Pua, 2002, **On the Relation between Ownership Structure and Capital Structure**, Accounting and Finance, Vol 42(1), P. 1-26.

6. Bolbol, Ali A., Ayten Fatheldin and Mohammed M. Omran, 2004, **Ownership Structure, Firm Performance and Corporate Governance: Evidence from Selected Arab Countries**, ERF 11th Annual Coference 14-16 December, Beirut, Lebanon.

7. Caves, E., 1996. **Multinational Enterprises and Economic Analysis**. 2th edition, Cambridge: Cambridge University Press.

8. Chau P.Y. 2001, **Inhibitors to EDI Adoption in Small Businesses: An Empirical Investigation**. The Journal of Electronic Commerce Research, 2 (30).

9. Colesa, Jerilyn W., Victiria B. Mc Williams and Nilanjan Senc, 2001, **An Examination of the Relation of Governance to Performance**. Journal of Management, Vol.27 (1). P.25.

10. Coleman, A. K., 2007, **The Impact of Capital Structure on the Performance of Microfinance Institutions,** The Journal of Risk Finance, Vol. 8 (1), P.P. 56-71.

11. Demsetz H. and Kenneth Lehn, 1985, **The Structure of Corporate Ownership: Cases and Consequences**, Journal of Poliyical Economy. Vol.93, P.P.1155-1177.

12. Demsetz, Harold and Villalonga, Belen, 1999, **Ownership Structure and Corporate Performance**, Working Paper, University Of California, Los Angeless.

13. Demsetz, Harold and Belen Villalonga, 2001, **Ownership Structure and Corporate Performance**, Journal of corporate Finance.

14. Fama. E. and Jensen, M. 1983. **Separation of Ownership and Control,** Journal of Law and Economics, 26(June): 301-325.

15. Flynn A. and Purchase S, 2002, **Perceptions of barriers to e - commerce**. ANZMAC Conference 1st-5th December, Massey University. New Zealand. Available at : www.ANZAMAC2001/anzamac/AUTORS/pdfs/Flynn

16. Henriksen H.Z.and Andersen K.V.2001. "**The Perceived Benefits of B2B E-Commerce among Users in the Danish Steel and Machinery Industry**", Available at : http://iris.uib.no/proceedings/printed.papers/163-173-Henriksen

17. Hicks, Julie, 2004, **E-commerce and Its Impact on the Accounting Profession**, A Literature Review, UNC Greensboro Journal of Student Research in Accounting Issue 1, P.P. 1-16.

18. Holderness, Clifford G., 2003, **A Survey of Blockholders and Corporate Control**, FRBNY Economic Policy Review, April 2003, P.P. 51-55.

19. Jensen, M., and W. H. Meckling, 1976, **Theory of the firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure**, Journal of Financial Economics Vol.3: 305-365.

20. Kumar, J. 2003. **Does Ownership Structure Influence Firm Value?** Evidence from India. Working Paper, Indira Gandi Institute of Development Research, India.

21. Lang, L. and So, R., 2002, **Bank Ownership Structure and Economic Performance.** Working Paper, Chinese University of Hong Kong.

22. Lins, Karl V., 2000, **Equity Ownership and Firm Value in Emerging Markets**, JEL, Classifications: G32, G30.

23. Mc Connell, John J. and Henri Servaes, 1990, **Additional Evidence of Equity Ownership and Corporate Value**, Journal of Financial Economics, Vol.27, P.P. 595-612.

24. Morck, R., Shleifer, A. and Vishny, R., 1988, **Management Ownership and Market Valuation**: An Empirical Analysis. Journal of Financial Economics, 20 (1988): 289-315.

25. Nadia, T., 2004, **Ownership Structure, Board Characteristics and Firm Profitability**, Master Dissertation, Hashemite University, Jordan.

26. Nerlove, M. 1968, **Factors Affecting Differences Among Rates of Return on Investment in Individual Common Stocks**, Review of Economic and Statistics,1 (3): 312-331.

27. Patibandla, M., 2002, **Equity Pattern, Corporate Governance and Performance:** A Study of Indian Corporate Sector. Working Paper, Copenhagen Business School.

28. Perrini, F., G. Rossi and B. Rovetta, (2008), **Does Ownership Structure Affect Performance? Evidence from the Italian Market**, Corporate Governance, Volume 16, Number 4, pp. 312-325.

29. Rowe, W. and Davidson, W., 2002, **Endogeneity in Financial Performance and Board Composition**: The case of Closed-End Funds. Working Paper, University of Nebraska.

30. Robertson, Robert A., 2008, **Critical Success Factors for Service-Oriented Small Businesses In the E-Commerce Environment**, Graduate School of Computer and Information Sciences ,Nova Southeastern University, Florida,USA.

31. Sarac, M., 2002, **An Emperical Analysis of corporate Ownership Structure in Turkish Manufacturing Sector.** Working Paper, Bogazici University, Istanbul.

32. Sarkar, J. and Sarker, S., 2000, **Large Shareholder Activism in Corporate Governance in Deeveloping Countries; Evidence from India.** International Review of finance, 1 (3): 161-194.

33. Severin, E., 2001, **Ownership Structure and Performance of Firms: Evidence from France,** European Journal of Economic and Social Systems, 15 (2): 85-107.

34. Stuart Hobbs, 2001, **Critical success factors in e-commerce for Australian small and medium sized businesses (SMEs)**. Available at: *www.asahi.webcentral.com.as/assignment.doc*

35. Thatcher, S.M.B. and Foster, W. 2002, **B2B e-commerce adopcion decisions in Taiwan : The interaction of organizational, industrial, governmental and cultural factors** . Available at : *www.puplic.asu.edu/wf0stel/final/CSS2003*

36. Titman, S. and Wessels, R., (1988), **The Determinants of Capital Structure Choice.**The Journal of Finance, Vol.XlIII, No.1, PP: 1-19.

37. Xu, X. and Wang, Y., 1997, **Ownership Structure, Corporate Governance, and Firm's Performance: The Case of Chinese Stock Companies,** Working Paper, Amherest College and the World Bank.

ثالثاً : المواقع الإلكترونية:

- www.acc4arab.com
- www.almohasb1blogspot.com
- www.ase.com.jo
- http://www.arabadvisors.com/arabic/about_arabic.htm
- www.creativehorizon.com.sa
- Info@creativehorizon.com.sa
- www.emeraldinsight.com
- www.ematajer.com/107.htm
- www.forum.tjribi.com
- www.isdept.info
- www.internetstrategy.ca
- www.jsc.com.gov.jo
- www.jsc.gov.jo/Public/mainarabic.aspx?Page_id=841
- www.minshawi.com
- search.proquest.com/pqdtft/index
- www.search.proquest.com
- www.sdc.com.jo/arabic/index

ملحق رقم (١)

جامعة العلوم التطبيقية الخاصة

عمادة الدراسات العليا

السادة ________________________ **المحترمين .**

تحية طيبة وبعد ،،،

يقوم الباحث عمران اسحق ابوزر وهو طالب بقسم المحاسبة للدراسات العليا في جامعة العلوم التطبيقية الخاصة ، بإجراء دراسة حول " **أثر هيكل الملكية ومدى تطبيق التجارة الإلكترونية على أداء الشركات (دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان)** " . تهدف الدراسة الى التعرف على واقع تطبيق التجارة الإلكترونية في الشركات الصناعية الأردنية بشكل خاص ومدى تطبيقها فيها ، وتسعى كذلك للتعرف على أثر هيكل الملكية وتطبيق تلك التجارة وبعض المتغيرات المالية على أداء تلك الشركات . ويتوقع ان تخدم نتائج هذه الدراسة العديد من المهتمين بموضوع زيادة وتنمية الأداء وعلى رأسهم المستثمريين.

لذا نرجوا من حضرتكم التكرم بالمساعدة في اتمام هذه الدراسة عن طريق الاجابة عن الاسئلة التي تتضمنتها الاستبانة المرفقة ، مؤكدين لكم بان جميع البيانات التي سيتم الحصول عليها ستعامل بسرية تامة ولن يتم إطلاع أي طرف عدا الباحث عليها وسوف تستخدم لغايات البحث العلمي فقط . وسيتم تزويدكم بنتائج الدراسة في حال الانتهاء منها اذا رغبتم بالإطلاع عليها .

E-Mail :

شاكرين لكم حسن تعاونكم على إنجاح هذه الدراسة ومتمنين لكم دوام التوفيق.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

الباحث

عمران إسحق ابوزر

المعلومات الشخصية لمعبئ الاستبانة

الجزء الاول

الرجاء وضع إشارة (✓) في المكان المناسب

- **العمر :**

☐ اقل من ٢٢ ☐ من ٢٢-٣٠ ☐ من ٣١-٤٠ ☐ اكبر من ٤٠

- **الجنس :**

☐ ذكر ☐ انثى

- **الوظيفة الحالية :**

☐ مدير قسم ☐ مدير دائرة ☐ محاسب ☐ مبرمج ☐اخرى : حددها ________

- **المستوى التعليمي:**

☐ الثانوية او اقل ☐ دبلوم (سنتين) ☐ بكالوريوس ☐ ماجستير ☐ دكتوراه

- **التخصص:**

☐ محاسبة ☐ إقتصاد ☐ إدارة ☐ أُخرى : حددها ______________.

- **عدد سنوات الخبرة في مجال العمل :**

☐ أقل من ٥ سنوات ☐ ٥-١٠سنوات ☐ ١١-٢٠سنة ☐ اكثر من ٢٠ سنة

الجزء الثاني

مدى تطبيق التجارة الإلكترونية

الرجاء تحديد **مدى استخدام شركتكم لتطبيقات التجارة الإلكترونية التالية** ، من خلال موقعكم على شبكة الإنترنت ، وذلك بوضع إشارة (✓) في المربع الذي ينطبق على حالة شركتكم :

الرقم	البيَـــــــــــــان	دائماً	غالباً	احياناً	نادراً	معدوم
١	تقديم معلومات عامة عن الشركة .					
٢	تقديم معلومات عامة عن منتجات الشركة وخدماتها .					
٣	تقديم معلومات متخصصة عن مواصفات المنتجات التي تقدمها الشركة .					
٤	توفير خدمة البريد الإلكتروني للعملاء .					
٥	توفير نظام للإستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل .					
٦	توفير إمكانية الربط الإلكتروني بمواقع ذات فائدة للعميل.					
٧	توفير إمكانية الربط الإلكتروني بمخازن الشركة ومعارضها .					
٨	توفير نظام لقيام العميل بتسديد الثمن من خلال بطاقة الائتمان .					
٩	توفير نظام لكيفية طلب العملاء لمنتجات الشركة إلكترونياً					
١٠	بيع المنتجات من خلال الموقع على الشبكة .					
١١	توفير نظام ربط إلكتروني من خلال الموقع مع الموزعين					
١٢	يتم الاعتماد على شبكة المواقع الدولية WWW لجمع المعلومات عن موردي المواد الاولية .					
١٣	يتم شراء المواد الاولية من خلال تعبئة نماذج إلكترونية ترسل الى الموردين .					

معدوم	نادراً	احياناً	غالباً	دائماً	البيَــــــــــــان	الرقم
					تتم عملية تبادل الوثائق والفواتير المالية إلكترونياً .	١٤
					تتم عملية دفع قيمة المشتريات وتكاليف عملية شحن ونقل المواد الاولية إلكترونياً .	١٥
					يتم إشراك الزبائن في تطوير المنتجات من خلال توزيع الاستبانات عبر البريد الإلكتروني .	١٦
					يتم استخدام الموقع التجاري للشركة في الترويج لمنتجاتكم	١٧
					يتم إستئجار مساحات من مواقع تجارية مشهورة للترويج لمنتجاتكم .	١٨
					يتم رصد أعداد الزوار لموقع الشركة وإهتماماتهم وتكرار زياراتهم وردود افعالهم حول المنتجات .	١٩
					يتم تبادل المعلومات مع الوسطاء حول ظروف السوق وتغير الاسعار ، وحجم الطلب إلكترونياً .	٢٠
					يتم تقديم الدعم والخدمات للزبائن عبر الموقع التجاري للشركة بأقل وقت.	٢١
					هناك إستجابة فورية للزبائن وعلى مدار 24 ساعة .	٢٢
					يتم الرد والاستجابة لكل ما يصلكم من الزبائن من شكاوى عبر الموقع الإلكتروني .	٢٣
					يتم الرد والاستجابة لكل ما يصلكم من إستفسارات من الزبائن عبر الموقع الإلكتروني .	٢٤
					يتم الرد والاستجابة لكل ما يصلكم من إقتراحات من الزبائن عبر الموقع الإلكتروني .	٢٥

ملحق رقم (٢)

أسماء الشركات عينة الدراسة

التسلسل	إسم الشركة
1	الشرق الاوسط للصناعات الدوائية والكيماوية والمستلزمات الطبية
2	الأردنية لإنتاج الأدوية
3	الحياة للصناعات الدوائية
4	فيلادلفيا لصناعة الأدوية
5	دار الدواء للتنمية والاستثمار
6	المركز العربي للصناعات الدوائية
7	العربية لصناعة المبيدات والأدوية البيطرية
8	الصناعية التجارية الزراعية / الانتاج
9	المتصدرة للأعمال والمشاريع
10	الصناعات الكيماوية الاردنية
11	العالمية للصناعات الكيماوية
12	الصناعات والكبريت الأردنية / جيمكو
13	السلفوكيماويات الأردنية
14	الوطنية لصناعة الكلورين
15	اللؤلؤة لصناعة الورق الصحي
16	العربية للمشاريع الاستثمارية
17	مصانع الورق والكرتون الأردنية
18	الاقبال للطباعة والتغليف
19	الاتحاد للصناعات المتطورة
20	الوطنية للدواجن
21	المصانع العربية الدولية للأغذية والاستثمار
22	دار الغذاء
23	أمانة للاستثمارات الزراعية والصناعية
24	مصانع الزيوت النباتية الأردنية
25	الوطنية الأولى لصناعة وتكرير الزيوت النباتية
26	الأردنية لتجهيز وتسويق الدواجن ومنتجاتها
27	الاستثمارات العامة
28	القرية للصناعات الغذائية والزيوت النباتية
29	العالمية الحديثة للزيوت النباتية
30	مصانع الاتحاد لانتاج التبغ والسجائر
31	الإقبال للاستثمار

32	حديد الأردن
33	الوطنية لصناعات الالمنيوم
34	الاستثمارات والصناعات المتكاملة
35	الدولية لصناعات السيليكا
36	شركة الترافرتين
37	الوطنية لإنتاج النفط والطاقة الكهربائية من الصخر الزيتي
38	المتحدة لصناعة الحديد والصلب
39	رخام الأردن
40	العامة للتعدين
41	العربية لصناعة الالمنيوم/ارال
42	الوطنية لصناعة الصلب
43	مناجم الفوسفات الاردنية
44	مصانع الاسمنت الأردنية
45	البوتاس العربية
46	الأردنية لصناعات الصوف الصخري
47	الصناعات الهندسية العربية
48	رم علاء الدين للصناعات الهندسية
49	العربية لصناعة المواسير المعدنية
50	القدس للصناعات الخرسانية
51	العامة لصناعة وتسويق الخرسانة الخفيفة
52	أساس للصناعات الخرسانية
53	الاردنية لصناعة الأنابيب
54	الجنوب لصناعة الفلاتر
55	الأردنية للصناعات الخشبية / جوايكو
56	الشرق الأوسط للكابلات المتخصصة/مسك_الأردن
57	العربية للصناعات الكهربائية
58	مجمع الشرق الاوسط للصناعات الهندسية والإلكترونية والثقيلة
59	مصانع الكابلات المتحدة
60	الوطنية لصناعة الكوابل والأسلاك الكهربائية
61	الزي لصناعة الألبسة الجاهزة
62	مجموعة العصر للاستثمار
63	اتحاد النساجون العرب
64	الألبسة الأردنية
65	مصانع الآجواخ الاردنية
66	الدباغة الاردنية
67	الدولية للصناعات الخزفية

ملحق رقم (٣)

الملاحق الخاصة للنتائج الإحصائية لبيانات الإستبانة

الملحق رقم (٣ – ١) : تقديم معلومات عامة عن الشركة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
معدوم	6	9.0	9.0	9.0
نادراً	2	3.0	3.0	11.9
احياناً	4	6.0	6.0	17.9
غالباً	18	26.9	26.9	44.8
دائماً	37	55.2	55.2	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الملحق رقم (٣ – ٢) : تقديم معلومات عامة عن منتجات الشركة وخدماتها

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
معدوم	6	9.0	9.0	9.0
نادراً	3	4.5	4.5	13.4
احياناً	4	6.0	6.0	19.4
غالباً	19	28.4	28.4	47.8
دائماً	35	52.2	52.2	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الملحق رقم (٣ - ٣) :
تقديم معلومات متخصصة عن مواصفات المنتجات التي تقدمها الشركة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
معدوم	7	10.4	10.4	10.4
نادراً	2	3.0	3.0	13.4
احياناً	13	19.4	19.4	32.8
غالباً	21	31.3	31.3	64.2
دائماً	24	35.8	35.8	100.0
Total	67	100.0	100.0	

الملحق رقم (٣ - ٤) : توفير خدمة البريد الإلكتروني للعملاء

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
11.9	11.9	11.9	8	معدوم
20.9	9.0	9.0	6	نادراً
34.3	13.4	13.4	9	احياناً
56.7	22.4	22.4	15	غالباً
100.0	43.3	43.3	29	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٥) :
توفير نظام للإستعلام المباشر عن أية معلومات يحتاجها العميل

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
32.8	32.8	32.8	22	معدوم
43.3	10.4	10.4	7	نادراً
65.7	22.4	22.4	15	احياناً
80.6	14.9	14.9	10	غالباً
100.0	19.4	19.4	13	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣ - ٦) : توفير إمكانية الربط الإلكتروني بمواقع ذات فائدة للعميل

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
40.3	40.3	40.3	27	معدوم
59.7	19.4	19.4	13	نادراً
74.6	14.9	14.9	10	احياناً
91.0	16.4	16.4	11	غالباً
100.0	9.0	9.0	6	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٧) :

توفير إمكانية الربط الإلكتروني بمخازن الشركة ومعارضها

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
52.2	52.2	52.2	35	معدوم
62.7	10.4	10.4	7	نادراً
76.1	13.4	13.4	9	احياناً
83.6	7.5	7.5	5	غالباً
100.0	16.4	16.4	11	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣ - ٨) :

توفير نظام لقيام العميل بتسديد الثمن من خلال بطاقة الائتمان

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
82.1	82.1	82.1	55	معدوم
91.0	9.0	9.0	6	نادراً
97.0	6.0	6.0	4	احياناً
98.5	1.5	1.5	1	غالباً
100.0	1.5	1.5	1	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٩) :

توفير نظام لكيفية طلب العملاء لمنتجات الشركة إلكترونياً

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
49.3	49.3	49.3	33	معدوم
62.7	13.4	13.4	9	نادراً
89.6	26.9	26.9	18	احياناً
95.5	6.0	6.0	4	غالباً
100.0	4.5	4.5	3	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣ - ١٠) : بيع المنتجات من خلال الموقع على الشبكة

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
68.7	68.7	68.7	46	معدوم
79.1	10.4	10.4	7	نادراً
91.0	11.9	11.9	8	احياناً
94.0	3.0	3.0	2	غالباً
100.0	6.0	6.0	4	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣ - ١١) :
توفير نظام ربط إلكتروني من خلال الموقع مع الموزعين

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
70.1	70.1	70.1	47	معدوم
77.6	7.5	7.5	5	نادراً
89.6	11.9	11.9	8	احياناً
94.0	4.5	4.5	3	غالباً
100.0	6.0	6.0	4	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٢) : يتم الاعتماد على شبكة المواقع الدولية WWW
لجمع المعلومات عن موردي المواد الاولية .

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
28.4	28.4	28.4	19	معدوم
37.3	9.0	9.0	6	نادراً
61.2	23.9	23.9	16	احياناً
82.1	20.9	20.9	14	غالباً
100.0	17.9	17.9	12	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٣) :
يتم شراء المواد الاولية من خلال تعبئة نماذج إلكترونية ترسل الى الموردين

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
56.7	56.7	56.7	38	معدوم
68.7	11.9	11.9	8	نادراً
83.6	14.9	14.9	10	احياناً
89.6	6.0	6.0	4	غالباً
100.0	10.4	10.4	7	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٤) : تتم عملية تبادل الوثائق والفواتير المالية إلكترونياً

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
32.8	32.8	32.8	22	معدوم
37.3	4.5	4.5	3	نادراً
58.2	20.9	20.9	14	احياناً
82.1	23.9	23.9	16	غالباً
100.0	17.9	17.9	12	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣ - ١٥) :
تتم عملية دفع قيمة المشتريات وتكاليف عملية شحن ونقل المواد الاولية إلكترونياً

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
64.2	64.2	64.2	43	معدوم
71.6	7.5	7.5	5	نادراً
79.1	7.5	7.5	5	احياناً
95.5	16.4	16.4	11	غالباً
100.0	4.5	4.5	3	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٦) : يتم إشراك الزبائن في تطوير المنتجات
من خلال توزيع الاستبانات عبر البريد الإلكتروني

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
52.2	52.2	52.2	35	معدوم
59.7	7.5	7.5	5	نادراً
73.1	13.4	13.4	9	احياناً
89.6	16.4	16.4	11	غالباً
100.0	10.4	10.4	7	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٧) :
يتم استخدام الموقع التجاري للشركة في الترويج لمنتجاتكم

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
19.4	19.4	19.4	13	معدوم
23.9	4.5	4.5	3	نادراً
32.8	9.0	9.0	6	احياناً
58.2	25.4	25.4	17	غالباً
100.0	41.8	41.8	28	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٨) :
يتم إستئجار مساحات من مواقع تجارية مشهورة للترويج لمنتجاتكم

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
74.6	74.6	74.6	50	معدوم
88.1	13.4	13.4	9	نادراً
94.0	6.0	6.0	4	احياناً
98.5	4.5	4.5	3	غالباً
100.0	1.5	1.5	1	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ١٩) : يتم رصد أعداد الزوار لموقع الشركة
وإهتماماتهم وتكرار زياراتهم وردود افعالهم حول المنتجات

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
67.2	67.2	67.2	45	معدوم
83.6	16.4	16.4	11	نادراً
92.5	9.0	9.0	6	احياناً
98.5	6.0	6.0	4	غالباً
100.0	1.5	1.5	1	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣ - ٢٠) : يتم تبادل المعلومات مع الوسطاء
حول ظروف السوق وتغير الاسعار ، وحجم الطلب إلكترونياً

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
37.3	37.3	37.3	25	معدوم
56.7	19.4	19.4	13	نادراً
76.1	19.4	19.4	13	احياناً
94.0	17.9	17.9	12	غالباً
100.0	6.0	6.0	4	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٢١) :
يتم تقديم الدعم والخدمات للزبائن عبر الموقع التجاري للشركة بأقل وقت

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
59.7	59.7	59.7	40	معدوم
74.6	14.9	14.9	10	نادراً
91.0	16.4	16.4	11	احياناً
97.0	6.0	6.0	4	غالباً
100.0	3.0	3.0	2	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٢٢) : هناك إستجابة فورية للزبائن وعلى مدار ٢٤ ساعة

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
76.1	76.1	76.1	51	معدوم
85.1	9.0	9.0	6	نادراً
92.5	7.5	7.5	5	احياناً
97.0	4.5	4.5	3	غالباً
100.0	3.0	3.0	2	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٢٣) : يتم الرد والاستجابة
لكل ما يصلكم من الزبائن من شكاوى عبر الموقع الإلكتروني

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
13.4	13.4	13.4	9	معدوم
25.4	11.9	11.9	8	نادراً
44.8	19.4	19.4	13	احياناً
71.6	26.9	26.9	18	غالباً
100.0	28.4	28.4	19	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٢٤) : يتم الرد والاستجابة
لكل ما يصلكم من إستفسارات من الزبائن عبر الموقع الإلكتروني

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
14.9	14.9	14.9	10	معدوم
22.4	7.5	7.5	5	نادراً
44.8	22.4	22.4	15	احياناً
71.6	26.9	26.9	18	غالباً
100.0	28.4	28.4	19	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

الملحق رقم (٣- ٢٥) : يتم الرد والاستجابة لكل
ما يصلكم من إقتراحات من الزبائن عبر الموقع الإلكتروني

Cumulative Percent	Valid Percent	Percent	Frequency	
13.4	13.4	13.4	9	معدوم
23.9	10.4	10.4	7	نادراً
43.3	19.4	19.4	13	احياناً
67.2	23.9	23.9	16	غالباً
100.0	32.8	32.8	22	دائماً
	100.0	100.0	67	Total

ملحق رقم (٤)

تحليل درجة الثبات معامل كرونباخ الفا Cronbach's Alpha

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	67	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.893	25

ملحق رقم (٥)

الإنحدار المتعدد ومعامل إرتباط بيرسون للفرضية الأولى والفرضيات المتفرعة منها

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.015	4	.004	.297	.879[a]
	Residual	.780	62	.013		
	Total	.795	66			

a. Predictors: (Constant), ملكية الادارة (0 أو 1), ملكية المؤسسات %, الملكية الاجنبية %, تركز الملكية %

b. Dependent Variable: الاستثمار على العائد %

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.137[a]	.019	-.044-	.11217403

a. Predictors: (Constant), ملكية الادارة (0 أو 1), ملكية المؤسسات %, الملكية الاجنبية %, تركز الملكية %

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.047-	.039		-1.195-	.237
	تركز الملكية %	.060	.060	.131	1.002	.320
	الملكية الاجنبية %	.000	.004	-.007-	-.053-	.958
	ملكية المؤسسات %	-.074-	.146	-.066-	-.506-	.615
	ملكية الادارة (٠ أو ١)	-.007-	.032	-.030-	-.235-	.815

a. Dependent Variable: الاستثمار على العائد %

Correlations

		العائد على الاستثمار %	تركز الملكية %	الملكية الاجنبية %	ملكية المؤسسات %	ملكية الادارة (٠ أو ١)
العائد على الاستثمار %	Pearson Correlation	1	.118	-.009-	-.032-	-.041-
	Sig. (2-tailed)		.342	.942	.795	.742
	N	67	67	67	67	67
تركز الملكية %	Pearson Correlation	.118	1	.041	.240	-.105-
	Sig. (2-tailed)	.342		.741	.051	.399
	N	67	67	67	67	67
الملكية الاجنبية %	Pearson Correlation	-.009-	.041	1	.021	.202
	Sig. (2-tailed)	.942	.741		.863	.102
	N	67	67	67	67	67
ملكية المؤسسات %	Pearson Correlation	-.032-	.240	.021	1	-.068-
	Sig. (2-tailed)	.795	.051	.863		.582
	N	67	67	67	67	67
ملكية الادارة (٠ أو ١)	Pearson Correlation	-.041-	-.105-	.202	-.068-	1
	Sig. (2-tailed)	.742	.399	.102	.582	
	N	67	67	67	67	67

ملحق رقم (٦)

الإنحدار المتعدد ومعامل إرتباط بيرسون للفرضية الثانية

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.337[a]	.114	.100	.10411328

a. Predictors: (Constant), الحسابي المتوسط

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.091	1	.091	8.353	.005[a]
	Residual	.705	65	.011		
	Total	.795	66			

a. Predictors: (Constant), مدى تطبيق التجارة الإلكترونية , b. Dependent Variable: العائد على الاستثمار %

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.155-	.050		-3.117-	.003
	مدى تطبيق التجارة الإلكترونية	.054	.019	.337	2.890	.005

a. Dependent Variable: الاستثمار على العائد %

Correlations

		العائد على الاستثمار %	مدى تطبيق التجارة الإلكترونية
العائد على الاستثمار %	Pearson Correlation	1	.337**
	Sig. (2-tailed)		.005
	N	67	67
مدى تطبيق التجارة الإلكترونية	Pearson Correlation	.337**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	67	67

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ملحق رقم (٧)

الإنحدار البسيط ومعامل إرتباط بيرسون للفرضية الثالثة

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.713[a]	.508	.484	.07881932

a. Predictors: (Constant), المحتجزة الارباح, الاصول مجموع, المالي الرفع %

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.404	3	.135	21.662	.000[a]
	Residual	.391	63	.006		
	Total	.795	66			

a. Predictors: (Constant), المحتجزة الارباح, الاصول مجموع, المالي الرفع %

b. Dependent Variable: الاستثمار على العائد %

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.059	.016		3.558	.001
	مجموع الاصول	1.674E-10	.000	.233	2.595	.012
	الرفع المالي %	-.235-	.033	-.641-	-7.117-	.000
	الارباح المحتجزة	1.002E-9	.000	.075	.820	.415

a. Dependent Variable: العائد على الاستثمار %

Correlations

		العائد على الاستثمار %	مجموع حقوق الملكية	الرفع المالي %	الارباح المحتجزة
العائد على الاستثمار %	Pearson Correlation	1	.484**	-.665-**	.235
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.055
	N	67	67	67	67
مجموع حقوق الملكية	Pearson Correlation	.484**	1	-.292-*	.430**
	Sig. (2-tailed)	.000		.017	.000
	N	67	67	67	67
الرفع المالي %	Pearson Correlation	-.665-**	-.292-*	1	-.187-
	Sig. (2-tailed)	.000	.017		.129
	N	67	67	67	67
الارباح المحتجزة	Pearson Correlation	.235	.430**	-.187-	1
	Sig. (2-tailed)	.055	.000	.129	
	N	67	67	67	67

ملحق رقم (٨)

الإنحدار المتعدد ومعامل إرتباط بيرسون للنموذج الرابع

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771[a]	.595	.539	.07454066

a. Predictors: (Constant), ملكية, الإلكترونية التجارة تطبيق مدى ,المحتجزة الارباح
المؤسسات %, الادارة ملكية (0 أو 1) ,مجموع الاصول ,الاجنبية الملكية %, المالي الرفع %,
الملكية تركز %

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.473	8	.059	10.638	.000[a]
	Residual	.322	58	.006		
	Total	.795	66			

a. Predictors: (Constant), المحتجزة الارباح ,الإلكترونية التجارة تطبيق مدى ,ملكية المؤسسات %, الادارة ملكية (0 أو 1),
مجموع الاصول ,الاجنبية الملكية %, المالي الرفع %, الملكية تركز %

b. Dependent Variable: الاستثمار على العائد %

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.060-	.045		-1.332-	.188
	تركز الملكية %	.004	.041	.009	.100	.921
	الملكية الاجنبية %	-.001-	.002	-.039-	-.449-	.655
	ملكية المؤسسات %	.143	.101	.127	1.418	.162
	ملكية الادارة (٠ أو ١)	.005	.021	.021	.245	.807
	مدى تطبيق التجارة الإلكترونية	.043	.014	.268	3.076	.003
	مجموع الاصول	1.533E-10	.000	.213	2.464	.017
	الرفع المالي %	-.236-	.032	-.644-	-7.323-	.000
	الارباح المحتجزة	1.171E-9	.000	.087	1.003	.320

a. Dependent Variable: الاستثمار على العائد %

Correlations

		العائد على الاستثمار %	تركز الملكية %	الملكية الاجنبية %	ملكية المؤسسات %	ملكية الادارة (٠ أو ١)	مدى تطبيق التجارة الإلكترونية	مجموع الاصول	الرفع المالي %	الارباح المحتجزة
العائد على الاستثمار %	Pearson Correlation	1	.118	-.009-	-.032-	-.041-	.337**	.275*	-.665-**	.235
	Sig. (2-tailed)		.342	.942	.795	.742	.005	.024	.000	.055
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
تركز الملكية %	Pearson Correlation	.118	1	.041	.240	-.105-	.132	.171	-.003-	.097
	Sig. (2-tailed)	.342		.741	.051	.399	.286	.166	.981	.437
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
الملكية الاجنبية %	Pearson Correlation	-.009-	.041	1	.021	.202	.218	-.038-	.037	-.039-
	Sig. (2-tailed)	.942	.741		.863	.102	.076	.760	.766	.754
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
ملكية المؤسسات %	Pearson Correlation	-.032-	.240	.021	1	-.068-	.030	-.052-	.233	-.064-
	Sig. (2-tailed)	.795	.051	.863		.582	.808	.676	.057	.610
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
ملكية الادارة (٠ أو ١)	Pearson Correlation	-.041-	-.105-	.202	-.068-	1	-.028-	-.033-	.030	-.123-
	Sig. (2-tailed)	.742	.399	.102	.582		.825	.788	.809	.322
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
مدى تطبيق التجارة الإلكترونية	Pearson Correlation	.337**	.132	.218	.030	-.028-	1	.081	-.088-	-.006-
	Sig. (2-tailed)	.005	.286	.076	.808	.825		.517	.479	.961
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
مجموع الاصول	Pearson Correlation	.275*	.171	-.038-	-.052-	-.033-	.081	1	-.046-	.173
	Sig. (2-tailed)	.024	.166	.760	.676	.788	.517		.714	.161
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
الرفع المالي %	Pearson Correlation	-6.652E-1	-.003-	.037	.233	.030	-.088-	-.046-	1	-.187-
	Sig. (2-tailed)	.000	.981	.766	.057	.809	.479	.714		.129
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67
الارباح المحتجزة	Pearson Correlation	.235	.097	-.039-	-.064-	-.123-	-.006-	.173	-.187-	1
	Sig. (2-tailed)	.055	.437	.754	.610	.322	.961	.161	.129	
	N	67	67	67	67	67	67	67	67	67

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ملحق رقم (٩)

معامل إرتباط بيرسون

Pearson Correlations معامل إرتباط بيرسون		التجارة الإلكترونية	العائد على السهم %	العائد على الملكية %	العائد على الاستثمار %	تركز الملكية %	الملكية الاجنبية %	ملكية المؤسسات %	الملكية الحكومية %	ملكية الادارة (٠أو ١)	ملكية المدير العضو %	مجموع الاصول (الحجم)	الرفع المالي %
التجارة الإلكترونية	Pearson Correlation	1	.131	.038	.337**	.132	.218	.030	.040	-.028	-.024	.081	-.088
	Sig. (2-tailed)		.291	.762	.005	.286	.076	.808	.749	.825	.849	.517	.479
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
العائد على السهم %	Pearson Correlation	.131	1	.575**	.625**	.126	-.027	-.149	-.063	-.190	-.086	.729**	-.435**-
	Sig. (2-tailed)	.291		.000	.000	.308	.826	.229	.611	.123	.489	.000	.000
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
العائد على الملكية %	Pearson Correlation	.038	.575**	1	.698**	-.058	.009	-.316-**	-.248-*	-.131	-.025	.115	-.658**-
	Sig. (2-tailed)	.762	.000		.000	.645	.945	.010	.044	.294	.840	.357	.000
	N	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66	66
العائد على الاستثمار %	Pearson Correlation	.337**	.625**	.698**	1	.118	-.009	-.032	-.012	-.041	.003	.275*	-.665**-
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000		.342	.942	.795	.924	.742	.981	.024	.000
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
تركز الملكية %	Pearson Correlation	.132	.126	-.058	.118	1	.041	.240	.152	-.105	.163	.171	-.003
	Sig. (2-tailed)	.286	.308	.645	.342		.741	.051	.221	.399	.188	.166	.981
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
الملكية الاجنبية %	Pearson Correlation	.218	-.027	.009	-.009	.041	1	.021	-.019	.202	.073	-.038	.037
	Sig. (2-tailed)	.076	.826	.945	.942	.741		.863	.879	.102	.557	.760	.766
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
ملكية المؤسسات %	Pearson Correlation	.030	-.149	-.316-**	-.032	.240	.021	1	.929**	-.068	-.086	-.052	.233
	Sig. (2-tailed)	.808	.229	.010	.795	.051	.863		.000	.582	.488	.676	.057
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
الملكية الحكومية %	Pearson Correlation	.040	-.063	-.248-*	-.012	.152	-.019	.929**	1	-.087	-.061	.033	.212
	Sig. (2-tailed)	.749	.611	.044	.924	.221	.879	.000		.483	.624	.792	.085
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67

ملكية الإدارة (٠ أو ١)	Pearson Correlation	-.028	-.190	-.131	-.041	-.105	.202	-.068	-.087	1	.638**	-.033	.030
	Sig. (2-tailed)	.825	.123	.294	.742	.399	.102	.582	.483		.000	.788	.809
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
ملكية المدير العضو %	Pearson Correlation	-.024	-.086	-.025	.003	.163	.073	-.086	-.061	.638**	1	-.048	- .046
	Sig. (2-tailed)	.849	.489	.840	.981	.188	.557	.488	.624	.000		.700	.713
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
مجموع الأصول	Pearson Correlation	.081	.729**	.115	.275*	.171	-.038	-.052	.033	-.033	-.048	1	- .046
	Sig. (2-tailed)	.517	.000	.357	.024	.166	.760	.676	.792	.788	.700		.714
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67
الرفع المالي %	Pearson Correlation	-.088	-.435-**	-.658-**	-.665-**	-.003	.037	.233	.212	.030	-.046	-.046	1
	Sig. (2-tailed)	.479	.000	.000	.000	.981	.766	.057	.085	.809	.713	.714	
	N	67	67	66	67	67	67	67	67	67	67	67	67

ملحق رقم (١٠)

صورة للموقع الإلكتروني لبورصة عمان تُظهر الإعتصام وهي من احد محددات الدراسة

إلتقطت من الموقع في ٢٠١١/٧/٣



The Impact of Ownership Structure and the Application of Electronic Commerce on the Performance of Companies

(A Case Study of Industrial Companies Listed at the Amman Stock Exchange)

Abstract

This study aimed to identify the impact of ownership structure on financial performance in the industrial public shareholding companies listed on the Amman Stock Exchange, as well as to identify the impact of the application of electronic commerce on their performance. Also the study aims to examine the impact of some control variables, such as; size, leverage, and retained earnings on the performance of those companies.

The study sample was selected on the basis of seventy four industrial public shareholding companies. A sixty-seven questionnaire were collected, one for each company targeted by the financial managers, or on behalf of the administrative departments.The respons rate of the questionnaire was 91%.

A Multiple linear regression analysis and Pearson's correlation coefficient were used to test the objectives of the study. The results were showed that no statistically significant effect between ownership structure and the financial performance of these companies, while there is a positive and significal effect on the application of electronic commerce on the financial performance. As well as, a significal effect between control variables of size and leverage and the financial performance. While there is no statistically significant impact of retained earnings on performance.

Key Words: Ownership Structure, E-Commerce, Financial Performance.


محمد رسول الله